

**FRANCHISING: MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO NACIONAL DO PERÍODO
DE 1996 A 2020 EM ADMINISTRAÇÃO**

**FRANCHISING: MAPPING OF THE NATIONAL PRODUCTION OF THE
1996 PERIOD TO 2020 IN ADMINISTRATION**

Patrícia Lacerda de Carvalho*
Gabriele Cavalcante Siva**
Niedja Cecília de Freitas Silva***
Sueli Menelau****
Carla Carolinne dos Santos Silva*****

RESUMO

A análise da produção científica é realizada com a intenção de compreender o perfil dos autores, das produções ou avaliar sua qualidade. Esta pesquisa objetiva descrever a produção científica dos estudos que têm o setor de franquias como foco, do período de 1996 a 2020, em periódicos de Administração. A amostra se concentrou em 38 artigos, extraídos da área de Administração e analisados por meio de 10 categorias distintas. Observou-se que: os anos de 2009 e 2014 concentraram o maior número de publicação, a maioria dos trabalhos possuía coautoria (sendo a maioria autores doutores e de instituições públicas predominantemente da Região Sudeste) e as áreas que sobressaíram foram Administração, Economia e Engenharia de Produção. Sobre os aspectos metodológicos, a abordagem qualitativa e a coleta de dados por meio de entrevista e questionários foram as mais utilizadas. Logo, faz-se mister ressaltar que, essa pesquisa contribui para elencar os elementos frequentemente utilizados em produções acadêmicas que abordam o sistema de franquias.

Palavras-chave: Franquia. Bibliometria. Estado da arte. Administração. Produção nacional.

ABSTRACT

The analysis of scientific production is carried out with the intention to understand the profile of the authors, or evaluate your production quality. This research aims to describe the scientific production of studies that have the franchise sector focus. The sample focused on 38 articles, extracted from the administration area and analyzed through 10 distinct categories. It was observed that: the years of 2009 and 2020 concentrated the largest number of publication, most of the works possessed co-authoring (with most authors predominantly doctors and public institutions in the Southeast) and the areas that research were Administration, Economy and Production Engineering. On the methodological aspects, the qualitative approach and data collection through interviews and questionnaires were used. Soon, mister mentioning that, this research contributes to list the elements often used in academic productions that address the franchise system.

Keywords: Franchise. Bibliometric. State of the art. Administration. Brazilian production.

Introdução

A produção científica é uma maneira de autores compartilharem suas pesquisas à sociedade acadêmica e interessados nos temas dos estudos. À medida que a pesquisa em uma determinada área começa a crescer e se consolidar, há uma necessidade de estudos que ajudem a compreender o estágio de desenvolvimento do campo. A ideia é que a partir de estudos dessa natureza, que revisam a literatura existente, seja possível conhecer o aprendizado alcançado sobre o assunto que se pretende pesquisar (MARTINS; SILVA, 2005). Diante dessa necessidade são realizados estudos bibliométricos que buscam analisar quantitativamente os documentos escritos e suas particularidades.

Segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF), o Brasil é um dos maiores mercados de franquias do mundo e tem tido um grande crescimento nos últimos anos (ABF, 2016). O sistema de franquias é uma maneira específica de gestão empresarial que vem sendo amplamente utilizada no mercado nacional e internacional, como uma estratégia de organização de mercados, assim como é avaliado em um eficiente e eficaz mecanismo de expansão para pequenas e médias empresas (PARENTE, 2000). Na franquia, o franqueador (empresa) concede ao franqueado (companhia ou indivíduo), mediante pagamento de taxas, o direito de conduzir o negócio seguindo níveis de padronização, qualidade e serviço estabelecidos. Essa relação constrói a confiabilidade da marca franqueada com o consumidor final, independentemente da localização geográfica da unidade (AZEVEDO; SILVA, 2002). Porém, em virtude da padronização é exigido rigorosa estruturação e controle por parte do franqueado (MARQUES; MERLO; NAGANO, 2009).

Nos últimos anos, o interesse de empresas, empreendedores e investidores no setor de franquias tem aumentado em função da diversidade de oportunidades, da possibilidade de compartilhamento de riscos e ou investimentos do sistema de franquias (BARBOSA, 2010; ABF, 2016). A presidente da ABF atribui este desempenho ao sistema em rede, a visão de negócios que o setor possui e a relação franqueador e franqueado que não dá oportunidades para acomodação. A exemplo, em 2014 ambos os atores buscam o fortalecimento do negócio vendo a fragilidade que o mercado já se encontrava, e começaram a tomar medidas de saneamento em termos de custos e eficiência das operações. A constante troca de experiências também tem sido apontada como fundamental a sobrevivência do setor, uma vez que o empreendedor na ponta tem

exemplos de estratégias bem-sucedidas e mantém o ânimo mesmo frente ao cenário adverso (ABF, 2016).

Cabe ressaltar que mesmo em meio a um contexto econômico desfavorável que ocorreu no ano de 2015, o sistema de franquias brasileiro manteve sua resiliência e capacidade de reação. Esta é a constatação extraída da mais recente Pesquisa Trimestral de Desempenho do setor realizada pela ABF (2016). De acordo com o estudo, as franquias registraram um aumento nominal do faturamento de 8,2% no 3º trimestre deste ano, comparado ao mesmo período de 2014, com um total de R\$ 35,5 bilhões. Já a receita do setor de janeiro a setembro de 2015 cresceu 10,1% em relação a igual período do ano passado, atingindo R\$ 99,385 bilhões (ABF, 2016). Em 2016 e 2017 houve um crescimento no faturamento de 8,4% e 8%, respectivamente, o que contribuiu para um aumento de novos empregos em todo o país.

Esse setor é também um dos que mais oferece oportunidades de primeiro emprego e que investe na capacitação de funcionários. As franquias podem assumir grande importância no que diz respeito ao desenvolvimento no mercado por apresentar diversas vantagens, principalmente para o Brasil, levando em conta o perfil empreendedor do país. Essas vantagens são perceptíveis quando se fala, por exemplo, em plano de negócio, que muitas vezes para alguns empreendedores é motivo de preocupação, no caso das franquias na maioria das vezes esse plano de negócio é oferecido pelo franqueador, além de todo o apoio concedido advindo da relação contratual. Outros benefícios apontados são a credibilidade em por uma marca já conhecida e estabilizada no mercado, além de contar também com uma estrutura *marketing* consolidada (AZEVEDO; SILVA, 2002; MARQUES; MERLO; NAGANO, 2009).

Nessa conjuntura, o setor de franquias assume um papel importante na economia brasileira (ABF, 2016), o que justifica a realização de estudos acadêmicos para ampliar a compreensão sobre suas peculiaridades. A importância de estudos bibliométricos sobre o tema se dá pela ampliação de fontes de pesquisa e mensuração de dados sobre estudos já realizados com franquias. Sendo assim, pautando-se na relevância dessa categoria de negócio e visando obter mais informações acerca das publicações científicas sobre o sistema de franquias no Brasil, o presente trabalho teve por objetivo descrever a produção científica acerca dos estudos que possuem o setor de franquias como foco.

Para isso, utilizou-se uma perspectiva quantitativa e descritiva. A amostra do estudo é composta por artigos dos principais periódicos nacionais, inseridos nos estratos A e B, publicados do ano de 1996 a 2016. Justifica-se a realização desse trabalho pelo

fato de a análise da produção de um determinado campo de conhecimento permitir uma avaliação do seu grau de desenvolvimento (VERGARA, 2005). O trabalho está dividido em cinco seções. A primeira é a presente introdução, seguida pelo referencial teórico que aborda um tópico sobre franquias e outro sobre estudos bibliométricos realizados acerca do tema. A terceira seção é composta pela metodologia, contendo as ferramentas de coleta e análise dos dados. Na quarta seção os resultados são apresentados e analisados. Por fim, na seção cinco são feitas as considerações finais da pesquisa.

1 Franquias

A performance das empresas em mercados mais complexos e competitivos tem estimulado a busca por novas formas de estruturação para que seja possível obter vantagem competitiva ao longo prazo. Uma maneira encontrada por algumas firmas foi a formação de redes interorganizacionais, cuja tipologia de interesse para este estudo é o sistema de redes de franquia ou, também nomeada, *franchising*. Nesse formato, algumas firmas buscam alcançar ganhos de escala em suas operações a partir da reprodução de práticas em novas localidades (STANWORTH; STANWORTH; WATSON; PURDY; HEALEAS, 2004). Logo, o nível de padronização dessas firmas tem implicações que vão desde a capacidade de se mensurar o nível de entrega de serviços e produtos das unidades até questões mercadológicas voltadas para a preservação do valor da marca da rede (ALTINAY, 2004).

De acordo com a Lei n. 8.955 de 1994, franquia é um sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva, ou semiexclusiva, de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício.

A relação entre franqueador e franqueado deve ser recíproca, sendo imprescindível uma relação equilibrada para que o sistema de franquias se desenvolva apropriadamente (MEDEIROS JÚNIOR; AÑEZ; MACHADO, 2012). Com esse mesmo intuito, Stanworth *et al.* (2004) observam que o contrato de franquia deve ser firmado antes da implantação do negócio estipulando as obrigações legais do franqueador e do franqueado. Ao franqueador, o interesse maior é em manter sua rede de franqueados, e até expandi-la, de acordo com uma lógica de modelo de negócios de maior ou menor controle. Entretanto, para o franqueado, o interesse é a redução de riscos proveniente dos

conhecimentos de mercado e confiabilidade estabelecida no modelo de negócios do franqueador justifica seu interesse em fazer parte do sistema (STANWORTH *et al.*, 2004; MEDEIROS JÚNIOR; AÑEZ; MACHADO, 2012).

Em contratos de franquia, o insumo do franqueador, na figura do principal, é composto principalmente pelo investimento no fortalecimento da marca por meio de promoção e publicidade, assim como o controle dos padrões de qualidade ao longo da rede de forma a mitigar externalidades negativas que podem ser geradas por unidades desalinhadas. O insumo local do gerente da unidade, empregado ou franqueado, compreende a operação da unidade de acordo com os procedimentos instituídos contratualmente pelo principal (BITTI; AQUINO; AMATO NETO, 2013). No caso das franquias, as estratégias competitivas, políticas, normas e rotinas formuladas pelo franqueador devem ser disseminadas entre o conjunto de franqueados e por estes cumpridas. É de se supor que um adequado nível de relacionamento entre ambas as partes viabilizará esta situação e se refletirá no bom desempenho da rede como um todo, sendo o contrário também verdadeiro (COHEN; SILVA, 2000).

Alguns riscos devem ser considerados na relação comercial em um sistema de franquias.

O primeiro relaciona-se com o fato de o nível de qualidade dos serviços ou da gestão do franqueado for inferior a um nível estabelecido entre as partes, o valor da marca pode perder valor no mercado em que o franqueado opera. Existe ainda a possibilidade de terceiros terem acesso ao conhecimento restrito à relação entre franqueador e franqueado, o que pode impactar na vantagem competitiva do sistema de franquia. O segundo risco relaciona-se ao conflito de interesses entre os atores. Ao franqueador, é interessante ter uma quantidade cada vez maior de franqueados, o que pode gerar competição entre eles, caso atuem em mercados comuns (SHANE; HOY, 1996).

O modelo de negócios de franquia é amplamente reconhecido como uma tendência global estabelecida. Franquias internacionais oferecem às empresas uma excelente chance de expansão de mercado e lucratividade (ALTINAY, 2004), porém representa maiores desafios às empresas, visto que o ambiente no qual estão inseridas torna-se maior e mais complexo (MARQUES; MERLO; NAGANO, 2009). Ainda assim, em países desenvolvidos como Estados Unidos, França e Grã-Bretanha as redes de franquias se expandem rapidamente, assim como também nas nações em desenvolvimento como Brasil, China e Filipinas (PERRIGOT, 2006). No Brasil, sua

atuação conseguiu alcançar grande expressividade econômica em pouco período de tempo (DANTAS; CAMPOS; PEREIRA FILHO, 2013).

O sistema de franquias tem sido responsável por grande movimentação financeira, criação crescente de empregos, além de se tornar importante no desenvolvimento das pequenas e médias empresas do país. De acordo com a ABF (2016), o faturamento do setor de franquias brasileiro em 2015 foi de 139.593 bilhões de reais, atingindo um crescimento de 8,3% em relação ao ano de 2014 e, segundo a mesma fonte, empregando ainda 1.189.785 de pessoas de forma direta. A Tabela 1 apresenta, através de dados quantitativos, a evolução do setor de franquias no Brasil durante o período de 2010 a 2017.

Tabela 1. Evolução do setor de franquias no Brasil

Ano	Faturamento (R\$/bilhões)	Evolução do setor (%)	Evolução do PIB (%)
2010	75.987	20,4%	7,50%
2011	88.854	16,9%	2,70%
2012	107.297	20,7%	1,00 %
2013	118.273	11,9%	2,70%
2014	128.876	8,9%	0,10%
2015	139.593	8,3%	-2,50%
2016	151,247	8,35%	-3,6%
2017	163,319	8%	1,3%

Fonte: Elaborada a partir de ABF (2017) e IBGE (2017).

Pode-se observar na Tabela 1 que o setor obteve crescimento constante, mesmo nos períodos de crise econômica. Nos últimos seis anos, a média de crescimento do setor foi de 14,5% a.a., taxa superior ao crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a ABF. De 2010 a 2017, o setor de franquias dobrou de tamanho, quanto ao faturamento, enquanto o PIB nacional decresceu. Interessante ressaltar o ótimo desempenho do setor de franquias em 2015 em relação ao PIB, uma vez que, o desempenho da economia brasileira retrocedeu neste período em -2,50%.

2 Estudos Bibliométricos Acerca de Franquias

Foram encontrados dois estudos que utilizaram uma análise bibliométrica acerca do mapeamento da produção acadêmica sobre sistemas de rede de franquias, sendo ambos longitudinais e cuja pesquisa abarcou 10 anos de publicações. O primeiro foi realizado por Melo e Andreassi (2010), no qual foi descrita a produção científica de artigos nacionais e internacionais, ligados a Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa

em Administração (ANPAD) e a periódicos atrelados ao Proquest (serviço agregador de publicações eletrônicas, que oferece acesso ao texto integral através de uma interface de pesquisa única e *on-line*) que estivessem presentes na tabela Qualis 2007. O período de análise foi de 1998 a 2007, obtendo como amostra final 61 artigos, 37 internacionais e 24 nacionais.

Os resultados de Melo e Andreassi (2010) apontam que há uma menor quantidade de publicações nacionais em relação às internacionais; que a maioria dos artigos nacionais tem vínculo com o Encontro da ANPAD (EnAnpad); o ano de 2004 teve mais publicações em âmbito nacional; as temáticas mais abordadas foram Empreendedorismo e Estratégia, nos artigos internacionais são mais recorrentes temas sobre enfoques econômicos; a maioria dos artigos tanto nacionais quanto internacionais foram elaborados por dois autores e a maioria desses autores tem vínculo com instituições do Sudeste e Sul do Brasil e dos Estados Unidos; o método de pesquisa mais utilizados por autores nacionais foi o estudo de caso e por autores internacionais foi *survey*; e por fim, em relação aos segmentos econômicos, setor de alimentação foi o que mais se apresentou nos estudos nacionais, a maioria dos estudos internacionais se refere a segmentos não especificados.

A segunda análise bibliométrica foi um estudo descritivo com abordagem quantitativa realizado por Kich, Dutra, Leão, Martins e Sarquis (2013). Os autores também analisaram a base de dados da ANPAD, pela qual obtiveram 23 artigos publicados entre os anos de 2001 a 2011. Como principais resultados observaram que os anos de 2006 e 2011 tiveram maiores publicações sobre o tema, sendo os textos elaborados por autores localizados nas regiões Sul e Sudeste do Brasil, e os setores mais estudados foram o de alimentos e de serviços de educação. Os autores que mais publicaram nesse período foram Marques, Silva, Sonza, Silva e Hoeltegebaum, cada um com duas publicações; demais autores publicaram apenas uma vez. Quase metade dos artigos foi redigida por dois autores; a Universidade de São Paulo (USP) e a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) são as universidades que mais produziram sobre a temática; Estratégia em Organização e Marketing foram os temas mais abordados; o autor mais citado foi Cherto; e o método de pesquisa mais utilizado foi o estudo de caso (KICH *et al.*, 2013).

3 Metodologia

O estudo pautou-se na pesquisa bibliográfica, a qual, segundo Lakatos e Markoni (2001), embasa-se no desenvolvimento da pesquisa a partir da bibliografia publicada em

relação à determinada temática, valendo-se, dessa forma, de fontes secundárias. Em seguida, por meio da bibliometria, estudo que tenta quantificar os processos de comunicação escrita (PRITCHARD, 1969), buscou-se coletar, ler e analisar os artigos relativos ao sistema de franquias, identificando e destacando os principais pontos inerentes às publicações oriundas dos periódicos nacionais. Acerca da pesquisa bibliométrica, Cooper e Schindler (2003) a define como um estudo de cunho descritivo, pois o pesquisador tenta descrever ou definir um assunto, normalmente criando um perfil de um grupo de problemas, pessoas ou eventos.

A abordagem desta pesquisa é descritivo-exploratória, que segundo Martins e Theóphilo (2009), busca mapear o campo de estudos acerca do tema, utilizando dados quantitativos descritivos e complementando com dados qualitativos. Optou-se por tal abordagem devido à natureza do estudo bibliométrico e seu respectivo objetivo de delinear um esboço de um assunto, descrevendo e explorando-o (BEUREN; SOUZA, 2008; MARTINS; SILVA, 2005). A base de dados consultada para a coleta de textos foi o Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). O acervo se restringiu aos periódicos nacionais com textos completos de Administração cujo acesso dos textos estivesse disponível para consulta.

Apesar de não ter sido fixado limite temporal para busca e coleta dos dados, o acesso aos dados pela base circunscreve da data da coleta até o limite de 21 anos anteriores. Assim, define-se o levantamento do estudo como longitudinal tendo a coleta se dado em dezembro de 2020. Em virtude também das limitações de tempo e recursos, os artigos que fazem parte da população se restringem a um horizonte temporal compreendido entre janeiro de 1996 à dezembro de 2020.

Em sequência foram escolhidos periódicos com representatividade para a área de Administração e que estivessem classificados nos estratos A ou B da Capes. Logo, periódicos que não estão nesse universo não foram selecionados para análise. Destaca-se que não havia, na ocasião da coleta, periódicos nacionais no estrato A1. Diante dessa população foram selecionados os artigos que no título ou nas palavras-chave, que são os campos disponibilizados pela base, apresentavam os termos de busca: ‘franquia’, ‘franquias’, ‘franqueados’ ou ‘franqueador’. A busca de artigos relacionados resultou em 164 textos encontrados.

A etapa seguinte foi à triagem desses 164 artigos encontrados. De início, houve a aplicação dos filtros de leitura de títulos, identificação de duplicações, aplicação dos filtros de leitura de resumos e eliminação de artigos não alinhados ao tema (34 artigos

foram excluídos porque abordavam franquia como tópico secundário do estudo, ou apenas fazia menção ao tema nas palavras-chaves). O resultado desse processo de seleção revelou a existência de o mesmo artigo possuir mais de um termo de busca, dessa forma, 64 textos duplicados foram excluídos. Dessa maneira 38 artigos científicos compuseram a amostra final. Dos termos de busca pesquisados, ‘franquias’ e ‘franquia’ foram os mais encontrados (Tabela 2).

Tabela 2. Artigos identificados por termo de busca e por etapa da pesquisa

busca	Termo de	Artigos encontrados	Artigos excluídos	Artigos duplicados	Artigos final	Amostra
	Franquias	63	24	19		20
	Franquia	50	23	14		13
	Franqueado	26	6	18		2
	Franqueador	25	1	21		3
	Resultados	164	54	72		38

Fonte: Elaborado pelos autores

As categorias da produção científica nacional buscadas nos textos selecionados foram: dados dos artigos; publicação e lócus de pesquisa; método de pesquisa; e resultados do artigo. Por sua vez, essas características foram subcategorizadas, e seus objetivos descritos, estando essas informação detalhadas no Quadro 1.

Quadro 1. Categorias, subcategorias e objetivos das características analisadas

Categoria	Subcategoria	Objetivo
Dados do artigo	Título	Designação do texto
	Autor	Designação e distribuição do responsável pelo texto, e ranqueamento
	Ano de publicação	Identificação da data de divulgação do texto
	Palavras-chave	Designação dos temas do texto
Publicação e lócus de pesquisa	Periódico	Identificação da revista científica da publicação do texto
	Universidade	Identificação e ranqueamento da instituição vinculada à autoria
	Região do Brasil	Identificação da região geográfica do estudo
	Estado	Identificação do estado do estudo
	Setor econômico	Reconhecimento do setor do estudo
	Evolução da publicação	Reconhecimento da evolução dos estudos
Método de pesquisa	Abordagem de pesquisa	Caracterização do estudo como qualitativo e ou quantitativo
	Tipo de pesquisa	Caracterização do estudo como exploratório, descritivo e ou explicativo
	Estratégia de pesquisa	Caracterização do estudo como experimento, estudo de caso, estudo de casos múltiplos, levantamento, <i>survey</i> , pesquisa-ação, entre outros
	Método de coleta	Caracterização do uso de observação, entrevista e ou questionário

	Tipo de referência empregada na pesquisa	Identificação do emprego de livros, periódicos, anais de eventos científicos, trabalhos de conclusão de curso, entre outros
	Método de análise	Caracterização do uso de análise de conteúdo, estatística descritiva, estatística multivariada, entre outros
Resultados do artigo	Conhecimento anterior	Principais conclusões do artigo
	Conhecimento posterior	Sugestões para futuros estudos no tema

Fonte: Elaborado pelos autores

4 Apresentação e Análise dos Resultados

Considerando o horizonte temporal de 26 anos de publicações pesquisadas, e o objetivo traçado para o estudo, foi sopesado que os 38 artigos estavam integralmente alinhados com a proposta e assim procedeu-se sua análise. O Quadro 2 apresenta os dados dos artigos, ordenados pelo ano de publicação, assim como sua autoria e palavras-chave.

Quadro 2. Dados dos artigos

Ano	Título	Palavras-Chave	Autoria
1996	A inovação em uma rede de franchising: estudo do caso yazigi	Inovação, franchising, estrutura para inovação, processo de inovação.	Lindolfo Galvão de Albuquerque Marcelo Machado Teixeira de Andrade
2000	Impacto das decisões estratégicas no desempenho dos franqueados em fast-food: o papel do relacionamento franqueador-franqueado	estratégia; desempenho; franquia.	Marcos Cohen; Jorge Ferreira da Silva
2001	Franquias de alimentos e coordenação de cadeias agroindustriais: uma análise empírica	Franquias, cadeias agroindustriais, coordenação vertical, ativos específicos de marca, estratégias de qualidade, mecanismos de auto-afirmação, nova economia institucional, economia dos custos de transação.	Paulo Furquim de Azevedo Vivian Lara dos Santos Silva
2003	O marketing mix em franquias de pequeno porte: o caso da franquia de perfumes o boticario	marketing mix, franquias, O Boticário, pequenas empresas	Danielle Mantovani Lucena da Silva Elisangela da Costa Almeida
2004	Fatores críticos de sucesso da franquia – uma análise sob a óptica de ex-franqueados no município de são paulo	São Paulo, franchising, franquia, sistema, franqueado, franqueador, taxa de mortalidade, comercialização de franquias, administração da rede, sucesso, fracasso.	Geraldo Luciano Toledo, Cristina Proença
2006	Contratos interfirmas em diferentes ambientes institucionais: o caso mcdonald's França versus Brasil	diversidade institucional, franchising, McDonald's.	Paulo Furquim de Azevedo Vivian Lara dos Santos Silva

2007	Formas plurais no franchising de alimentos: evidências de estudos de caso na França e no Brasil	formas plurais; contratos de franquia; ambiente institucional; valor de marca	Vivian Lara S. Silva; Paulo Furquim de Azevedo
2008	Franquia empresarial: um estudo das características do relacionamento entre franqueadores e franqueados no Brasil	varejo, franquia empresarial, relacionamento franqueador-franqueado, análise de correspondência	Patricia de Salles Vance Luiz Paulo Lopes Fávoro Marcos Roberto Luppe
2009	Uma análise sobre internacionalização de franquias brasileiras	Internacionalização, Franquias, Varejo, Crescimento empresarial, Estatística multivariada.	Dalton Siqueira Pitta Marques, Edgard Monforte Merlo, Marcelo Seido Nagano
2009	Trueto de tipologias estratégicas na arena das franquias de fast food no Brasil: porter x miles & snow x mintzberg		Eloi Almiro Brandt
2009	O impacto do suporte oferecido pelos franqueadores no desempenho dos franqueados: um estudo sobre o segmento de educação do Brasil.	Franquias. Desempenho. Suporte. Varejo.	Daniel Saldanha Guedes, Virgínia Trigo
2009	Estruturação das redes de fast food: um estudo empírico sobre os antecedentes do franchising e suas implicações sobre o desempenho das firmas	sistema de franquias, desempenho das franqueadoras, redes de fast food, modelagem de equações estruturais	Lia Davidovitsch Luiz Fernando Caldas Jorge Ferreira da Silva
2009	A criação de valor das franquias empresariais no Brasil sob a perspectiva do franqueador	Franquias Empresariais; Modelo de Negócios; Valor Econômico.	Rodolfo Leandro de Faria Olivo; Eduardo Crivelaro; Sergio Gozzi; Marly Cavalcanti
2009	Franquia varejista como vantagem competitiva: múltiplos estudos de caso no segmento de farmácias e drogarias	varejo, franquia, alianças estratégicas, vantagem competitiva, varejo farmacêutico, farmácias e drogarias.	Bianca Bonassi Ribeiro; Vanderli Correa Prieto
2011	Estratégias de crescimento e vantagem competitiva: um estudo qualitativo sobre franchising, na ótica do franqueado	Estratégia. Franchising. Crescimento. Recursos. Vantagem competitiva.	Gustavo Geovany Araujo do Carmo Moises Ari Zilber
2011	Internacionalização de serviços pelo sistema de franquias: diretrizes para uma empresa de desenvolvimento de software	Internacionalização; Franquias; Operações de serviços.	Cláudia Fabiana Gohr Luciano Costa Santos Rodolfo Maggioni
2011	O processo de internacionalização de empresas brasileiras: estudo com franqueadoras	Internacionalização de empresas. Modos de entrada. Franquia	Daniela Motta Romeiro Khauaja; Geraldo Luciano Toledo
2011	Quatro histórias da utilização de informação econômico – financeira nas micro e pequenas empresas: lições para futuros empreendedores	Microempresa; empresa de pequeno porte; empreendedorismo; contabilidade gerencial; informação contábil	Danúlia Peixer Galm Bernardes; Luiz Carlos Miranda
2012	Entendendo as práticas estratégicas de uma franqueada a partir das práticas instituídas pelo sistema de franquias	Estratégia como Prática; Práticas Estratégicas; Sistemas de Franquias.	Josué Vitor Medeiros Júnior Miguel Moreno Añez

			Hilka Pelizza Vier Machado
2012	Evolução do sistema de franquias no Brasil	Evolução; Sistema de franquia; Licenciamento; Relação franqueador/franqueado.	Aloísio Soares de Lima Júnior; Rosemar Martins Luna; Ana Rosa de Sousa
2013	Controle e desempenho de franquias: um estudo sobre as atividades de avaliação de desempenho organizacional realizadas por franqueadores	Franquia, Avaliação de Desempenho, Empreendedorismo.	Carlos Amorim Lavieri, Hamilton Luiz Corrêa, Julio Araújo Carneiro da Cunha
2013	A pluralidade nas transações de cana-de-açúcar no oeste paulista	formas plurais de governança; usinas de açúcar e/ou álcool; oeste do Estado de São Paulo.	Cristiane Feltre; Luiz Fernando de Oriani e Paulillo
2014	Redes de franquia brasileiras internacionalizadas: evolução do método de entrada no exterior	Franchising; Franchising e Entrada no Mercado Estrangeiro; Internacionalização de Franquias; Métodos de Entrada no Exterior por Franquias.	Helder de Souza Aguiar Flavia L. Consoni Roberto Carlos Bernardes
2014	ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO CONDUZIDA: um estudo em Redes de Franquias Brasileiras	Internacionalização de franquias; Motivação; Aprendizagem; Internacionalização conduzida.	Helder de Souza Aguiar Flavia L. Consoni Roberto Carlos Bernardes
2014	O processo decisório para internacionalização em redes de franquias brasileiras: um estudo de caso múltiplo	Redes de Franquias, Internacionalização, Tomada de Decisão.	Nadia Wacila Hanania Vianna; Pedro Lucas Resende Melo; Arnaldo Luiz Ryngelblum
2014	Estudo da alternativa de franchising com base no caso da franquia doutor resolve	franchising; empreendedorismo; Doutor Resolve.	Dusan Schreiber; Felipe Seimertz Szyszko
2014	Valor da relação com redes de franquias: análise comparada entre franquias convencionais e micro franquias.	Redes de Franquias; Micro franquias; Microempreendedor; Atribuição de Valor.	Renato Telles; Pedro Lucas de Resende Melo; Telmo José Magalhães da Silva
2014	Percepções de valor e elementos estruturantes das microfranquias	franquias; empreendedorismo; microempreendedor.	Pedro Lucas de Resende Melo; Felipe Mendes Borini; Julio Araujo Carneiro da Cunha
2015	Fatores condicionantes da formação de uma rede horizontal entre franqueadas	Alianças estratégicas; redes horizontais; franquias; Teoria do Custo de Transação; economias de escala.	Luiz Henrique Figueira Markezan; Marcos Antonio de Souza
2015	Controle e desempenho de franquias: um estudo sobre as atividades de avaliação de desempenho organizacional realizadas por franqueadores	Franquia, Avaliação de Desempenho, Empreendedorismo.	Carlos Amorim Lavieri Hamilton Luiz Corrêa Julio Araújo Carneiro da Cunha
2015	Processo de formulação estratégica em uma rede de franquias do setor farmacêutico	Conflito; Franchising; Teoria da Agência; Teoria da Escassez de Recursos	Guilherme Smaniotto Tres Marcel Lima Ribeiro Dantas

			Diego Philipe de Oliveira Godeiro Afrânio Galdino de Araújo
2016	Conflitos potenciais na relação entre franqueadores e franqueados soteropolitanos	Formulação da Estratégia; Franchising; Mapas Cognitivos	Marcos Albuquerque Rodrigo Ladeira Maria Teresa Larocca
2017	A identificação de grupos estratégicos: uma avaliação realizada em franquias mexicanas	Grupos estratégicos, Franquicias mexicanas, Análisis factorial.	Cesario Armando Flores Villanueva Juan Baldemar Garza Villegas José Trinidad Olague de la Cruz
2018	Redes de Franquias Estrangeiras e Domésticas em um Mercado Emergente: Análise Comparativa	Redes de franquias; Internacionalização; Teoria da Escassez de Recursos; Teoria da Agência; Mercados Emergentes.	Victor Ragazzi Isaac Pedro Lucas Resende Melo Felipe Mendes Borini
2018	Modelo Conceitual para Avaliação da Comunicação de Marketing em Franquias de Bens de Consumo	Marketing; Comunicação Integrada de Marketing; Avaliação da Comunicação; Franquias.	Renata Steffanoni Bernardes de Queiroz Mauricio Jucá de Queiroz Mitsuru Higuchi Yanaze Marcos Rogério Mazieri
2018	Team Nogueira: Invasão do Mixed Martial Arts no Universo Fitness	<i>marketing</i> do esporte; estratégia de <i>marketing</i> ; posicionamento competitivo; segmentação de mercado; grupos de referência	Rafaela Barbosa Ferreira dos Santos João Guilherme Barbosa de Amorim Flavia d'Albergaria Freitas Victor Manoel Cunha de Almeida
2019	Fatores Relacionados a Internacionalização das Redes de Franquias Brasileiras: Dispersão Geográfica e Pertencimento a Grupos	Franchising Internacional; Franquias; Internacionalização; Dispersão Geográfica.	Vanessa Pilla Bretas Jefferson Ricardo Galetti Thelma Valéria Rocha
2019	Fatores contingenciais que influenciam o desempenho de empresas franqueadas de <i>fast food</i> quanto ao dilema padronizar <i>versus</i> flexibilizar a gestão do negócio	Franquias; Fatores Contingenciais; Padronização; Flexibilização; Desempenho.	Edna Torres de Araújo Márcia Athayde Moreira Tales Andreassi

Fonte: Elaborado pelos autores

A Tabela 3 apresenta os autores que tiveram mais publicações sobre o tema. Os autores que mais publicaram sobre franquias foram Melo, com quatro publicações, Azevedo e Silva, com três artigos cada um, seguidos por Consoni, Toledo, Aguiar, Silva, Cunha e Bernardes (duas publicações cada um). Os demais autores publicaram apenas um artigo.

Tabela 3. Autores com maior quantidade de publicação

Autores	Quantidade de Artigo Publicada	Instituição	Estados
Julio Araujo Carneiro da Cunha	3	UNINOVE	SP
Pedro Lucas de Resende Melo	4	UNIP	SP
Paulo Furquim de Azevedo	3	Fea-USP	SP
Vivian Lara dos Santos Silva	3	UFScar	SP
Flavia L. Consoni	2	UNICAMP	SP
Geraldo Luciano Toledo	2	Fea-USP	SP
Helder de Souza Aguiar	2	USP	SP
Jorge Ferreira da Silva	2	PUC-Rio	RJ
Hamilton Luiz Corrêa	2	Fea-USP	SP
Roberto Carlos Bernardes	2	USP	SP

Fonte: Elaborado pelos autores

A Tabela 4 apresenta a quantidade de autores por artigo. Nos 38 artigos analisados pode-se observar que a autoria dos textos varia entre um e quatro autores. A maioria dos artigos publicados foi escritos por três autores (47,4%), 39,5% foram escritos por dois autores e 10,5% foram escritos por 4 autores. Apenas 1 artigo foi escrito sem co-autoria, o que representa 2,6% do total analisado.

Tabela 4. Distribuição de autores por artigos

Distribuição de autores	Quantidade de artigos	Frequência relativa
1	1	2,6%
2	15	39,5%
3	18	47,4%
4	4	10,5%
Total	38	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

No que se refere à quantidade de artigos publicados sobre franquias no período de 1996 a 2020, os anos 2009, 2014 e 2011 tiveram a maior quantidade de publicações, com 6, 5 e 4 artigos publicados, respectivamente, o que corresponde a 39,5% da amostra. Pode-se observar que a partir de 2009 houve um aumento, ainda que sucinto, nas publicações sobre franquias que, até então, se resumiam a 1 publicação ao ano, no máximo. Destaca-se ainda o ano de 2020 que, para os critérios de seleção da amostra, não apresentou estudos sobre essa temática.

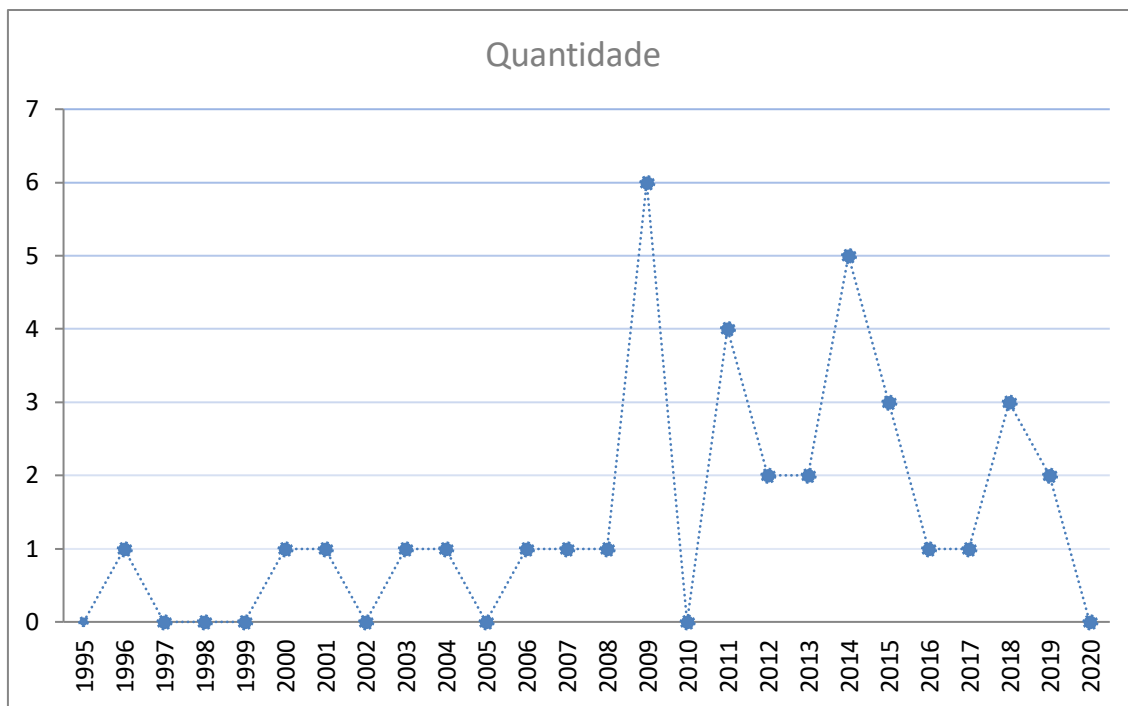


Figura 1. Evolução das pesquisas sobre franquias

Fonte: Elaborado pelos autores

Pode-se observar na Tabela 5, mostrada a seguir, a frequência absoluta e relativa dos setores econômicos pesquisados nos 38 artigos que foram analisados. O setor econômico mais estudado foi o comercial (34,2% dos artigos), seguido pelo setor de serviços (presente em 26,3%); os setores de alimentação, educação e industrial, apareceram em 7,9%, 5,3% e 2,6% dos artigos, respectivamente. O setor classificado como ‘outros’ abrange os demais setores que não foram especificados e estiveram presentes em 23,7% dos artigos estudados. Os resultados divergiram com os de Melo e Andreassi (2010) e Kich *et al.* (2013), que encontraram o setor ‘outros’ e ‘alimentação’, respectivamente, como os mais representativos.

Tabela 5. Setor econômico de atividades estudadas

Setor econômico	Frequência absoluta	Frequência relativa
Comercial	13	34,2%
Serviços	10	26,3%
Alimentação	3	7,9%
Educação	2	5,3%
Industrial	1	2,6%
Outros	9	23,7%
Total	38	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

A Tabela 6 apresenta os resultados da quantidade de artigos por região e estado no período de 1996 a 2020, e o critério utilizado foi a localização da principal instituição de ensino dos autores.

Tabela 6. Quantidade de artigos por região e estado

Região do Brasil	Artigos por estado	Participação do estado	Participação de região
Sudeste	São Paulo: 23	60,52%	71,05%
	Rio de Janeiro: 03	7,9%	
	Minas Gerais: 01	2,63%	
Sul	Rio Grande do Sul: 03	7,9%	7,9%
Nordeste	Pernambuco: 01	2,63%	15,79%
	Paraíba: 01	2,63%	
	Bahia:01	2,63%	
	Rio Grande do Norte: 03	7,9%	
Centro-Oeste	Mato Grosso: 01	2,63%	2,63%
Norte	Pará:01	2,63%	2,63%
Total de artigos	38 artigos	100%	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

Os resultados apresentados na Tabela 7 mostram que a maioria dos artigos publicados é proveniente da região Sudeste do Brasil, corroborando com os achados por Melo e Andreassi (2010) e Kich *et al.* (2013). A região Sudeste publicou 71,05% dos artigos identificados, principalmente os estados de São Paulo (60,52%) e do Rio de Janeiro (7,9%). Na Região Sul (7,9% dos artigos identificados) os textos são provenientes do Rio Grande do Sul. A região Nordeste conta com 15,79% das publicações, distribuídas entre os estados de Pernambuco, Paraíba e Bahia, com 1 artigo por estado e Rio Grande do Norte, com 3 artigos publicados. A região Centro-Oeste contribui com apenas uma publicação, proveniente do Mato Grosso, representando 3,15%, bem como a região Norte, com apenas um artigo publicado, provindo do estado do Pará.

Na Tabela 8 pode-se avaliar a frequência relativa das principais instituições filiadas aos autores. Foram identificadas 26 instituições vinculadas com os 73 autores identificados nos 38 artigos analisados. A USP tem 20 autores vinculados representando 32% do total; a Universidade Mackenzie, a PUC-Rio e a UFRJ têm quatro autores vinculados cada.; a Universidade Federal de Sao Carlos (UFSCar) têm três autores vinculados. As demais instituições são vinculadas apenas a um ou dois autores e representam 52% das filiações. Esses achados se assemelham aos estudos de Kich *et al.* (2013), no qual a USP também corresponde a instituição com mais filiação de autores, mas difere da pesquisa de Melo e Andreassi (2010) na qual a USP ficou em segundo lugar.

Tabela 8. Ranking das instituições com mais vínculos com os autores

Ranking	U.F.	Frequência Relativa
USP	SP	27,4%
MACKENZIE	SP	5,5%
PUC-Rio	RJ	5,5%
UFRJ	RJ	5,5%
UFSCar	SP	4,1%

Fonte: Elaborado pelos autores

O Quadro 3 traz a relação dos periódicos analisados que contemplam os artigos, suas informações gerais, e sua qualificação no sistema Qualis.

Quadro 3. Identificação dos periódicos de publicação dos textos

ISSN	Títulos	Sigla	Estrato*
1984-6142	Revista de Administração da Universidade de São Paulo	RAUSP	A2
1982-7849	Revista de Administração Contemporânea	RAC	A2
2175-8069	Revista Contemporânea de Contabilidade	RCC	A2
1413-2311	Revista Eletrônica de Administração	READ	B1
2177-5184	Revista Brasileira de Marketing	REMARK	B1
1677-7387	Revista Eletrônica de Ciência Administrativa	RECADM	B1
1809-2276	REVISTA DE GESTÃO USP	REGE	B1
2176-5308	Gestão e Regionalidade	G&R	B2
2176-0756	Revista Ibero-Americana de Estratégia	RIAE	B2
1980-4865	INTERNEXT	INTERNEXT	B2
1982-2537	Revista da Micro e Pequena Empresa	RMPE	B2
1984-3372	Revista Eletrônica de Estratégia e Negócios	REEN	B2

Fonte: Elaborado pelos autores. Nota: * Classificação do quadriênio 2013-2016

No que se refere ao método de pesquisa aplicado nos artigos pesquisados, a Tabela 9 descreve um panorama, de acordo com os próprios autores, na elaboração de cada artigo estudado.

Tabela 9. Métodos de pesquisa empregados

Método		Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Abordagem	Qualitativa	18	47,36%
	Quantitativa	12	31,6%
Tipo	Exploratório	9	23,68%
	Descritivo	2	5,26%
	Outros	2	5,26%
Estratégia	Estudo de caso	11	28,94%
	Estudo de casos múltiplos	9	23,68%
	Levamento	5	13,15%
	Pesquisa Bibliográfica	3	7,89%
	Pesquisa de campo	2	5,26%
Coleta	Entrevista	21	55,26%
	Questionário	9	23,68%
	Dados Secundários	1	2,63%
Análise	Análise de conteúdo	9	23,68%
	Estatística descritiva	5	13,15%
	Estatística multivariada	10	26,31%

Fonte: Elaborado pelos autores

Quase todos os artigos publicados (86,9%) foram escritos por dois ou três autores (visto na Tabela 4), quantidade essa que pode ter sido influenciada pelos métodos de pesquisa que foram utilizados. Um possível entendimento seria que os métodos Estudo de Caso e Estudo de Casos Múltiplos foram utilizados em mais da metade dos artigos analisados (52,62%), e por serem métodos de pesquisa mais trabalhosos tendem a envolver mais pesquisadores em seus estudos (LAKATOS; MARCONI, 2001).

Os métodos de pesquisa mais utilizados foram o ‘Estudo de Caso’ (28,94%) e o ‘Estudo de Casos Múltiplos’ (23,68%). Nesse sentido destaca-se que nos resultados dos estudos de Melo e Andreassi (2010) e Kich *et al.* (2013), o método de ‘Estudo de Casos’ também foi o mais encontrado. Ainda na Tabela 9, o método de pesquisa ‘Exploratória’ representou 23,68%, o método ‘Levantamento (*survey*)’ foi utilizado em 13,15%, o ‘Descritivo’ em 5,26%, e o método de pesquisa classificado como ‘Outros’ (por não terem sido especificados ou por não ser possível a identificação) esteve presente em 5,26% dos artigos analisados.

Na Tabela 10, em sequência, foram apresentadas as frequências absolutas e relativas de cada tipo de referência que foi utilizada na elaboração de cada artigo analisado, referências tanto nacionais quanto internacionais. Através do estudo realizado pode-se observar que os periódicos foram a maior fonte de referência bibliográfica para a construção dos artigos, representando 55,02% de todas as fontes utilizadas, sendo que os periódicos internacionais foram os mais representativos (46%), mas este fato só aconteceu com os periódicos.

Tabela 10. Tipos de referências utilizadas nos artigos.

Tipo de Referências	Nacional/ Internacional	Frequência absoluta (por tipo)	Frequência relativa (por tipo)	Frequência Absoluta (Total)	Frequência relativa (total)
Livros	Nacional	302	18,8%	458	28,5%
	Internacional	156	9,7%		
Periódicos	Nacional	145	9,02%	884	55,02%
	Internacional	739	46%		
Anais e eventos científicos	Nacional	36	2,24%	51	3,17%
	Internacional	15	0,93%		
<i>Sites web</i>	Nacional	72	4,48%	85	5,28%
	Internacional	13	0,8%		
Teses e dissertações	Nacional	61	3,8%	67	4,18%
	Internacional	06	0,38%		
Outros tipos	Nacionais	62	3,855%	62	3,85%
Total		1607	100%	1607	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

Ainda analisando a Tabela 10, em segundo lugar aparecem os livros com 28,5%, os nacionais com 18,8% e os internacionais com 9,7% de utilização, em seguida estão

sites web com 5,28%, anais e eventos científicos com 3,17%, e teses e dissertações com 4%. As referências classificadas como ‘outros tipos’ representam 4,18% do total de referências e são todas nacionais. Ao todo foram analisadas 1.607 referências nos 38 artigos avaliados, sendo possível calcular uma média de aproximadamente 37 referências bibliográficas por artigo.

Considerações Finais

O objetivo deste trabalho foi analisar a evolução da produção científica sobre o sistema de franquias nos principais periódicos da área de Administração no Brasil, visto a importância desse setor para o mercado atual, através de uma análise bibliométrica. Após uma seleção minuciosa dos artigos foi selecionado um total de 38 que abordavam sobre a temática, durante o período de 1996 a 2020.

Os resultados desse estudo revelam que ainda há uma baixa produção científica sobre o tema, e que 2009 e 2014 foram os anos que tiveram um maior número de publicações. Observou-se que a produção nacional está concentrada nas regiões Sudeste e Sul do Brasil, tendo como destaque o estado de São Paulo. A maioria dos artigos envolve entre dois ou três pesquisadores sendo a universidade mais recorrente ligada a esses autores é a Universidade de São Paulo (USP). Identificou-se, também que o setor comercial foi o mais abordado nesses estudos e que as fontes de pesquisa bibliográficas mais utilizadas foram em sua maioria os periódicos internacionais.

Cabe destacar que os autores mais profícuos foram Pedro Lucas de Resende Melo, Paulo Furquim de Azevedo e Vivian Lara dos Santos Silva. O método de pesquisa mais utilizado foi o Estudo de Caso e Estudo de Casos Múltiplos, o tipo de pesquisa foi à qualitativa e o método de coleta de dado foi entrevistas e questionários. Faz-se mister ressaltar que as evidências encontradas e discutidas nesta pesquisa devem ser consideradas respeitando suas limitações quanto à amostra utilizada, à metodologia aplicada e o período analisado. No entanto, atenta-se que essas limitações não invalidam o estudo.

Em suma, os resultados obtidos nesse estudo contribuem para ampliar e complementar o conhecimento de pesquisas já realizadas, vindo a servir como base de consulta para futuras pesquisas sobre o tema. Por fim, sugere-se para pesquisas futuras a replicação, considerando novos períodos, comparando com outros índices e fazendo uso de distintas metodologias quando necessário.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF). Disponível em: <http://www.portal.do.franchising.com.br>. Acesso em: 10 nov. 2016.

AGUIAR, H. S.; CONSONI, F. L.; BERNARDES, R. C. Estratégia de internacionalização conduzida: um estudo em redes de franquias brasileiras. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Campo Largo, v. 13, n. 1, p. 114-131, 2014.

AGUIAR, H. S.; CONSONI, F. L.; BERNARDES, R. C. Redes de franquia brasileiras internacionalizadas: evolução do método de entrada no exterior. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 34-48, 2014.

ALBUQUERQUE, M.; LADEIRA, R.; LAROCCA, M. T. Conflitos Potenciais na Relação entre Franqueadores e Franqueados Soteropolitanos. **REMark - Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 15, n. 4, p. 554-565, 2016.

ALTINAY, L. Implementing international franchising: the role of intrapreneurship. **International Journal of Service Industry Management**, Columbus, v. 15, n. 5, p. 426-443, 2004.

ARAÚJO, E. T. de; MOREIRA, M. A.; ANDREASSI, T. Fatores contingenciais que influenciam o desempenho de empresas franqueadas de fast food quanto ao dilema padronizar versus flexibilizar a gestão do negócio. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 16, n. 40, p. 62-90, 2019.

AZEVEDO, P. F.; SILVA, V. L. S. Franquias de alimentos e coordenação de cadeias agroindustriais: uma análise empírica. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 51-62, 2002.

BARBOSA, J. A. S. **Variáveis explicativas da internacionalização de franquias brasileiras**: um estudo causal à luz das teorias da agência e da escassez de recursos. 2010. 109 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2010.

BERNARDES, D. P. G.; MIRANDA, L. C. Quatro historias da utilização de informação econômico-financeira nas micro e pequenas empresas: lições para futuros empreendedores. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 3, p. 84-98, 2011.

BEUREN, I. M.; SOUZA, J. C. Em busca de um delineamento de proposta para classificação dos periódicos internacionais de contabilidade para o Qualis CAPES. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, v. 19, n. 46, p. 44-58, 2008.

BITTI, E. J. S.; AQUINO, A. C. B.; AMATO NETO, J. Monitoramento e coordenação em redes de franquia: dispersão geográfica e automação impactando o mix contratual. **Revista de Contabilidade e Organizações**, Ribeirão Preto, v. 7, n. 18, p. 3-13, 2013.

BRANDT, E. A. Truelo de tipologias estratégicas na arena das franquias de *fast food* no Brasil. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, Florianópolis, v. 1, n. 2, p. 159-176, 2010.

BRASIL. Lei nº 8955, de 15 de dezembro de 1994. Dispõe sobre o contrato de Franquia Empresarial (*franchising*) e da outras providências. Diário Oficial [da] União, Brasília-DF.

BRETAS, V. P.; GALETTI, J. R.; ROCHA, T. V. Fatores Relacionados a Internacionalização das Redes de Franquias Brasileiras: Dispersão geográfica e pertencimento a grupos. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais: Internext**, v. 14, n. 1, p. 1-13, 2019.

CARMO, G. G. A.; ZILBER, M. A. Estratégias de crescimento e vantagem competitiva: um estudo qualitativo sobre *franchising*, na ótica do franqueado. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, Florianópolis, v. 3, n. 2, p. 159-179, 2010.

COHEN, M.; SILVA, J.F. O impacto das decisões estratégicas no desempenho dos franqueados em *fast-food*: o papel do relacionamento franqueador-franqueado. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, p. 109-131, 2000.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 12. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DANTAS, M. L. R.; CAMPOS, D. F.; PEREIRA FILHO, E. Desenvolvimento de um modelo de avaliação da qualidade do relacionamento franqueador-franqueado com base nas lacunas de qualidade do serviço. In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS, XVI., **Anais[...]**, São Paulo: SIMPOI, 2013. p. 1-15.

DAVIDOVITSCH, L.; CALDAS, L. F.; SILVA, J. F. Estruturação das redes de *fast food*: um estudo empírico sobre os antecedentes do *franchising* e suas implicações sobre o desempenho das firmas. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 44, n. 4, p. 299-312, 2009.

ESPEJO, M. M. S. B.; CRUZ, A. P. C.; LORENÇO, R. L.; ANTONOVZ, T.; ALMEIDA, L. B. Estado da arte da pesquisa contábil: um estudo bibliométrico de periódicos nacional e internacionalmente veiculados entre 2003 e 2007. **Revista Informação Contábil**, Recife, v. 3, n. 3, p. 94-116, 2009.

FELTRE, C.; PAULILLO, L. F. O. E. A pluralidade nas transações de cana-de-açúcar no oeste paulista. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 6, p. 661-678, 2013.

GOHR, C. F.; SANTOS, L. C.; MAGGIONI, R. Internacionalização de serviços pelo sistema de franquias: diretrizes para uma empresa de desenvolvimento de *software*. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Campo Largo, v. 10, n. 2, p. 135, 2011.

GUEDES, D. S.; TRIGO, V. O impacto do suporte oferecido pelos franqueadores no desempenho dos franqueados: um estudo sobre o segmento de educação do Brasil. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 41-65, 2009.

ISAAC, V. R.; MELO, P. L. R.; BORINI, F. M. Redes de franquias estrangeiras e domésticas em um mercado emergente: análise comparativa. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 1, p. 46-69, 2018.

KHAUAJA, D. M. R.; TOLEDO, G. L. O processo de internacionalização de empresas brasileiras: estudo com franqueadoras. **Internext**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 42-62, 2012.

KICH, M. C.; DUTRA, A.; LEÃO, J. A. B.; MARTINS, C.; SARQUIS, A. B. Mapeamento das publicações científicas sobre franquia no período de 2001 a 2011. **Revista da UNIFEPE**, Brusque, v. 1, n. 12, p. 19-36, 2013.

LAVIERI, C. A.; CORRÊA, H. L.; CUNHA, J. A. C. Controle e desempenho de franquias: um estudo sobre as atividades de avaliação de desempenho organizacional realizadas por franqueadores. **Revista de Gestão**, São Paulo, v. 22, n. 3, p. 337-355, 2015.

LEITE, H. L. R.; MENDONÇA, P. S. M.; BUZZO, E. J. Estudo de internacionalização de franquias brasileiras: desafios e barreiras. **Revista GEPROS**, Bauru, v. 9, n. 1, p. 85-99, 2014.

LIMA, A. S.; LUNA, R. M.; DE SOUSA, A. R. Evolução do sistema de franquias no Brasil. **REMark - Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo 11, n. 1, p. 94-112, 2012.

MACHADO, H. V.; ESPINHA, P. G. Empreendedorismo e *franchising*: uma combinação que garante a sobrevivência? **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 11, n. 4, p. 131-153, 2010.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. São Paulo: Atlas, 2001.

MARQUES, D. S. P.; MERLO, E. M.; NAGANO, M. S. Uma análise sobre internacionalização de franquias brasileiras. **READ: Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 15, n. 1, p. 78-107, 2009.

MARQUEZAN, L. H. F.; SOUZA, M. A. Fatores condicionantes da formação de uma rede horizontal entre franqueadas. **Gestão & Regionalidade**, São Caetano do Sul, v. 31, n. 91, p. 67-86, 2015.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, G. A.; SILVA, R. B. C. Plataforma teórica-trabalhos dos 3º e 4º congressos USP de controladoria e contabilidade: um estudo bibliométrico. *In*: CONGRESSO USP

DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, **Anais[...]**, São Paulo: FEA/USP, 2005.

MEDEIROS-JÚNIOR, J. V.; AÑEZ, M. M.; MACHADO, H. P. V. Entendendo as práticas estratégicas de uma franqueada a partir das práticas instituídas pelo sistema de franquias. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 120-144, 2012.

MELO, P. L. R.; ANDREASSI, T. Publicação científica nacional e internacional sobre *franchising*: levantamento e análise do período 1998-2007. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 268-288, 2010.

MELO, P. L. R.; BORINI, F. M.; CUNHA, J. A. C. Percepções de valor e elementos estruturantes das microfranquias. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, p. 328-350, 2014.

OLIVO, R. L. F.; CRIVELARO, E.; GOZZI, S.; CAVALCANTI, M. A criação de valor das franquias empresariais no Brasil sob a perspectiva do franqueador. **Revista de Ciências Gerenciais**, Valinhos, v. 12, n. 14, p. 85-100, 2008.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil**: gestão e estratégia. São Paulo: Atlas, 2000.

PERRIGOT, R. Services vs retail chains: are there any differences? Evidence from the French franchising industry. **International Journal of Retail & Distribution Management**, Cheltenham v. 34, n. 12, p. 918-930, 2006.

PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometrics. **Journal of Documentation**, London, v. 25, p. 348-349, 1969.

QUEIROZ, R. S. B.; QUEIROZ, M. J.; YANAZE, M. H.; MAZIERI, M. R. Modelo conceitual para avaliação da comunicação de marketing em franquias de bens de consumo. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 17, n. 2, p. 264-277, 2018.

RIBEIRO, B.B.; PRIETO, V.C. Franquia varejista como vantagem competitiva: múltiplos estudos de caso no segmento de farmácias e drogarias. **Gestão & Regionalidade**, São Caetano do Sul, v. 25, n. 75, p. 105-118, 2009.

SANTOS, R.B.F.D.; AMORIM, J.G.B.D.; FREITAS, F.D.; ALMEIDA, V.M.C.D. Team Nogueira: Invasão do Mixed Martial Arts no Universo Fitness. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 5, p. 786-803, 2018.

SCHREIBER, D.; SZYSZKO, F.S. Estudo da alternativa de *franchising* com base no caso da franquia doutor resolve. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 8, n. 1, p. 18-31, 2014.

SHANE, S. A.; HOY, F. Franchising: a gateway to cooperative entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, Indiana, v. 11, n. 5, p. 325-327, 1996.

SILVA, D. M. L.; ALMEIDA, E. C. O *marketing mix* em franquias de pequeno porte: um estudo na franquias de perfumes o boticário. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Campo Largo, v. 2, n. 2, p. 1-12, 2003.

SILVA, T. J. M.; MELO, P. L. R. Valor da relação com redes de franquias: análise comparada entre franquias convencionais e microfranquias. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 8, n. 3, p. 2-17, 2015.

SILVA, V. L. S.; AZEVEDO, P. F. Contratos interfirmas em diferentes ambientes institucionais: o caso McDonald's França versus Brasil. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 41, n. 4, p. 381-393, 2006.

SILVA, V. L. S.; AZEVEDO, P. F. Formas plurais no *franchising* de alimentos: evidências de estudos de caso na França e no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 129-152, 2007.

SIMAS, T.C. **O sistema de franquias no Brasil e seu desempenho no período de 2003 a 2013**. 2016. 58f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

SMANIOTTO TRES, G. *et al.* Processo de Formulação Estratégica em uma Rede de Franquias do Setor Farmacêutico. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 14, n. 4, p. 78-92, 2015.

STANWORTH, J.; STANWORTH, C.; WATSON, A.; PURDY, D.; HEALEAS, S. Franchising as a small business growth strategy: a resource-based view of organizational development. **International Small Business Journal**, London, v. 22, n. 6, p. 539-559, 2004.

TOLEDO, G. L.; PROENÇA, C. Fatores críticos de sucesso da franquias: uma análise sob a óptica de ex-franqueados no município de São Paulo. **Revista de Gestão**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 43-53, 2005.

VANCE, P. S.; FÁVERO, L. P. L.; LUPPE, M. R. Franquia empresarial: um estudo das características do relacionamento entre franqueadores e franqueados no Brasil. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 43, n. 1, p. 59-71, 2008.

VERGARA, S. C. Estudos organizacionais: a produção científica brasileira. *In*: BERTERO, C. O.; CALDAS, M. P.; WOOD Jr., T. (Coord.). **Produção científica em Administração no Brasil**: o estado-da-arte. São Paulo: Atlas, 2005. p. 35-49.

VIANNA, N. W. H.; MELO, P. L. R.; RYNGELBLUM, A. L. O processo decisório para internacionalização em redes de franquias brasileiras: um estudo de caso múltiplo. **Internext**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 101-118, 2014.

VILLANUEVA, C. A. F.; VILLEGAS, J. B. G.; LA CRUZ, J. T. O. A identificação de grupos estratégicos: uma avaliação realizada em franquias mexicanos. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 20-34, abr./jun. 2017.