

"AS MAIORES FRANQUIAS": O QUE PENSAM AS LISTADAS PELA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING ESTABELECIDAS EM MONTES CLAROS - MG

Luíse Cardoso de Carvalho [1], *luisecardoso2003@gmail.com*

Fernando Rossi Mota Lopes [2], *fernandorossiml.hotmail.com*

Jhuliana Gonçalves do Santos [3], *jhully0019@gmail.com*

João Antônio Ribeiro Dias [4], *joao.567.ja@gmail.com*

Maria Gabriella Souza [5], *mariagabriella2405@gmail.com*

Simone Gelmini [6], *simone.gelmini@unimontes.br*

[1] Unimontes - Universidade Estadual de Montes Claros

Introdução: o sistema de franchising consolidou-se como uma das principais estratégias de expansão empresarial ao possibilitar a replicação de modelos de negócios previamente estruturados, permitindo que organizações ampliem sua atuação por meio da concessão do direito de uso da marca, dos métodos operacionais e do know-how desenvolvido pela franqueadora. Esse modelo favorece a padronização dos processos, reduz parte das incertezas inerentes à abertura de novos empreendimentos e oferece suporte técnico contínuo aos investidores, fatores apontados pela literatura como relevantes para o fortalecimento da marca e para a sustentabilidade das operações. No contexto brasileiro, a Associação Brasileira de Franchising (ABF) realiza o acompanhamento anual do setor e publica o Ranking das 50 Maiores Franquias e das 20 Maiores Microfranquias do Brasil, cuja classificação considera, principalmente, o número de unidades em operação. Embora esse ranking represente importante referência para investidores e pesquisadores, a posição alcançada pelas redes não assegura que todas as unidades apresentem desempenho semelhante em diferentes contextos regionais, uma vez que fatores relacionados às características do mercado local, à qualidade do suporte recebido e à gestão desenvolvida pelos franqueados podem influenciar significativamente os resultados das operações. Nesse cenário, torna-se pertinente compreender como essas características se manifestam nas unidades instaladas em municípios do interior, possibilitando verificar se o reconhecimento nacional das marcas também é percebido pelos responsáveis pelas operações locais. O município de Montes Claros, localizado no Norte de Minas Gerais, reúne unidades pertencentes a algumas das principais franquias classificadas pela ABF, constituindo um ambiente adequado para essa investigação. Assim, o presente estudo teve como objetivo avaliar, sob a perspectiva dos franqueados, se as franquias localizadas em Montes Claros-MG e classificadas entre as mais bem posicionadas no Ranking ABF das 50 Maiores Franquias e das 20 Maiores Microfranquias do Brasil, divulgado em 2025, apresentam características capazes de justificar seu reconhecimento e sua atratividade para potenciais investidores. A pesquisa também buscou contribuir para a ampliação das discussões acadêmicas acerca do sistema de franchising, oferecendo subsídios para investidores, gestores e pesquisadores interessados na dinâmica das redes franqueadas em contextos regionais. **Método:** trata-se de uma pesquisa descritiva, desenvolvida por meio de abordagem qualitativa e quantitativa. A investigação utilizou procedimentos documentais e de levantamento, contemplando tanto dados secundários quanto dados primários. Na primeira etapa foi realizado levantamento documental a partir do Ranking das 50 Maiores Franquias e das 20 Maiores Microfranquias da Associação Brasileira de Franchising, divulgado em 2025, complementado por



informações obtidas em documentos institucionais e nos sítios oficiais das redes franqueadas. Na segunda etapa foi conduzida pesquisa de campo entre os meses de abril e maio de 2026, mediante aplicação de questionários presenciais aos representantes das unidades



franqueadas localizadas em Montes Claros-MG. A composição da amostra considerou exclusivamente franquias posicionadas entre as maiores do ranking nacional que possuíam unidades ativas e acessíveis no município, além da disponibilidade dos responsáveis para participação na pesquisa. Em razão desses critérios, foram incluídas as franquias Cacau Show, O Boticário, McDonald's, Colchões Ortobom, AM/PM, Óticas Carol e Burger King Brasil. As redes Lubrax+ e OdontoCompany foram excluídas por não possuírem unidades em operação regular na cidade, enquanto BR Mania e Shell Select não participaram devido à indisponibilidade dos responsáveis para a realização das entrevistas. O instrumento de coleta foi estruturado em seis categorias de análise: perfil da unidade franqueada, padronização operacional, suporte da franqueadora, desempenho da unidade, percepção sobre o modelo de franquia e satisfação do franqueado. As respostas quantitativas foram organizadas em planilha eletrônica e submetidas à estatística descritiva simples, mediante utilização de frequências absolutas e relativas, permitindo caracterizar aspectos operacionais das unidades pesquisadas. As respostas qualitativas foram analisadas por meio da técnica de análise de conteúdo, possibilitando identificar as percepções dos participantes acerca da gestão das franquias, do suporte oferecido pelas franqueadoras e das limitações observadas no cotidiano das operações. Posteriormente, realizou-se a triangulação entre os dados empíricos e os referenciais teóricos adotados no estudo, favorecendo a interpretação dos resultados à luz da literatura especializada**. Resultados e Discussão:** a análise dos resultados permitiu identificar convergências entre os pressupostos apresentados pela literatura sobre franchising e a realidade observada nas unidades pesquisadas em Montes Claros. Verificou-se que as franquias analisadas apresentam elevado tempo de permanência no mercado local, uma vez que 85,7% das unidades participantes possuem entre cinco e dez anos de funcionamento, indicando estabilidade operacional e permanência das marcas no município. Esse resultado reforça a compreensão de que modelos estruturados e padronizados contribuem para a continuidade das operações. Entretanto, a pesquisa evidenciou que a posição ocupada pelas redes no ranking nacional não garante desempenho financeiro compatível com as expectativas construídas pelos investidores durante o processo de aquisição da franquia. Entre os participantes, 57,1% informaram que o faturamento encontra-se levemente abaixo da projeção apresentada na Circular de Oferta de Franquia, enquanto 14,3% relataram desempenho muito inferior ao esperado, evidenciando que fatores relacionados ao mercado local e à gestão da unidade continuam exercendo influência sobre os resultados obtidos. Em contrapartida, verificou-se elevada avaliação do suporte oferecido pelas franqueadoras. Mais da metade dos participantes classificou esse suporte como excelente, enquanto os demais o consideraram bom, não havendo avaliações negativas. Os resultados também demonstraram percepção positiva quanto às campanhas de marketing desenvolvidas pelas redes, consideradas eficazes na geração de fluxo de consumidores pela maioria dos respondentes, bem como elevado sentimento de integração entre os franqueados e suas respectivas redes, aspecto associado à cooperação e ao fortalecimento do relacionamento entre franqueador e franqueado. Esses achados indicam que, embora o desempenho econômico das unidades esteja sujeito às condições específicas de cada mercado, os mecanismos de suporte, treinamento, comunicação e padronização permanecem como elementos estruturantes do sistema de franquias e representam diferenciais relevantes para a manutenção da identidade organizacional e da qualidade operacional das redes pesquisadas. A investigação também permitiu identificar características específicas das unidades participantes. As franquias pertencem predominantemente aos segmentos de alimentação e varejo, cada um representando 42,9% da amostra, enquanto outros segmentos apresentaram menor participação. Quanto aos principais desafios enfrentados pelos franqueados, destacaram-se a gestão de equipes e a administração financeira, ambas mencionadas por 28,6% dos participantes, seguidas pela captação de clientes, pelas ações de marketing e pela logística de suprimentos. Esses resultados demonstram que, apesar da existência de modelos padronizados e do suporte oferecido pelas franqueadoras, o

desempenho das unidades permanece condicionado à capacidade gerencial dos responsáveis pelas operações e às especificidades do ambiente competitivo local. Em relação aos treinamentos oferecidos pelas redes, observou-se avaliação predominantemente positiva, uma vez que a maior parte dos respondentes os classificou como totalmente suficientes ou suficientes, ainda que com possibilidades de aperfeiçoamento. Esse resultado reforça a importância da transferência de conhecimento como um dos pilares do sistema de franchising, contribuindo para a padronização das atividades e para a redução de falhas operacionais. A análise também evidenciou elevado nível de integração entre os participantes e suas respectivas redes, indicando que os mecanismos de comunicação e relacionamento estabelecidos pelas franqueadoras favorecem o alinhamento institucional e a cooperação entre os integrantes do sistema. Em relação às taxas cobradas pelas franquias, como royalties e fundo de marketing, prevaleceu a percepção de neutralidade quanto aos impactos sobre o desempenho das unidades, embora parte dos respondentes tenha indicado influência negativa desses custos na operação cotidiana. Quanto à intenção de recomendar a franquia a novos investidores, verificou-se concentração das respostas entre as notas mais elevadas, demonstrando percepção favorável acerca do modelo de negócio mesmo diante das limitações identificadas. A comparação entre as franquias participantes também evidenciou que redes como Cacau Show, O Boticário e McDonald's apresentam estruturas consolidadas de treinamento, acompanhamento operacional e suporte contínuo, aspectos igualmente observados, em diferentes níveis, nas demais empresas analisadas. Outro diferencial identificado refere-se aos critérios utilizados para definição dos pontos comerciais, contemplando aspectos relacionados ao fluxo de consumidores, ao perfil do público-alvo e ao potencial mercadológico das localidades. Tais estratégias contribuem para a manutenção da identidade das marcas e para o fortalecimento de sua presença regional. Os resultados obtidos demonstram que os fatores associados ao sucesso das franquias transcendem o posicionamento alcançado em rankings nacionais, estando diretamente relacionados à qualidade da assistência prestada pela franqueadora, à eficiência dos processos de treinamento, à padronização operacional e à capacidade de adaptação das unidades às características do mercado local. Assim, embora a classificação da Associação Brasileira de Franchising seja importante indicador da dimensão das redes, a pesquisa evidencia que a sustentabilidade das operações depende igualmente das práticas de gestão desenvolvidas pelos franqueados e da interação contínua entre os diferentes agentes envolvidos no sistema de franquias. **Considerações Finais:** o estudo permitiu avaliar, sob a perspectiva dos franqueados, as características das franquias estabelecidas em Montes Claros-MG classificadas entre as maiores redes do país, atendendo ao objetivo proposto. Os resultados demonstraram que as unidades pesquisadas apresentam elevado nível de satisfação em relação ao suporte técnico, aos treinamentos, à padronização dos processos e ao relacionamento estabelecido com as franqueadoras, aspectos que contribuem para a manutenção da identidade organizacional e para o fortalecimento das redes. Entretanto, verificou-se que o reconhecimento nacional das marcas não assegura desempenho financeiro compatível com as projeções apresentadas aos investidores, uma vez que fatores relacionados à gestão local e às condições específicas do mercado exercem influência significativa sobre os resultados obtidos pelas unidades. Conclui-se, portanto, que as franquias analisadas reúnem características compatíveis com aquelas apontadas pela literatura como fundamentais para o sucesso do sistema de franchising, especialmente no que se refere ao suporte operacional, à transferência de conhecimento e à padronização das atividades. Todavia, os achados evidenciam que a consolidação das operações depende também das competências gerenciais dos franqueados e da adaptação das estratégias às particularidades regionais. Como limitação, destaca-se a realização da pesquisa em um único município e com número restrito de unidades participantes, o que limita a generalização dos resultados. Recomenda-se que estudos futuros ampliem a abrangência geográfica da



investigação e incluam a percepção dos consumidores, permitindo aprofundar a compreensão sobre os fatores que influenciam o desempenho das redes franqueadas.

Palavras-chave: Franchising. Franquias. Marketing. Gestão. Investimento.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF). ***Ranking das 50 maiores franquias e 20 maiores microfranquias***. São Paulo: ABF, 2025.
BRASIL. **Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre o sistema de franquia empresarial (sistema de franchising). Brasília, DF: Presidência da República, 2019.
JUSTIS, Robert T.; JUDD, Richard L. ***Franchising***. Mason: South-Western College Publishing, 2002.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. ***Princípios de marketing***. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2015.
LAFONTAINE, Francine; BLAIR, Roger D. ***The economics of franchising***. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
MAURO, Paulo Cesar. ***Guia do franqueado: como escolher, negociar e administrar sua franquia***. São Paulo: Nobel, 2014.
SHANE, Scott. ***From Ice Cream to the Internet: using franchising to drive the growth and profits of your company***. Upper Saddle River: Pearson Education, 2005.

Tabela 1. Principais indicadores obtidos na pesquisa com franqueados das redes participantes.

Indicador	Resultado
Unidades com 5 a 10 anos de funcionamento	85,7%
Suporte técnico avaliado como excelente	57,1%
Suporte técnico avaliado como bom	42,9%
Marketing considerado efetivo	71,4%
Franqueados totalmente integrados à rede	71,4%
Faturamento levemente abaixo da COF	57,1%
Faturamento acima da expectativa	28,6%
Faturamento muito abaixo da expectativa	14,3%
Treinamentos totalmente suficientes	42,9%
Treinamentos suficientes com melhorias	42,9%
Treinamentos parcialmente insuficientes	14,3%

Fonte: Acervo da pesquisa, elaborada pelos autores, 2026.