



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

UM ESTUDO SOBRE O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE FRANQUIAS BRASILEIRAS



Patrick Nogueira e Roberto Manzo
FIA – Fundação Instituto de Administração

Visão geral

- Questão da pesquisa
- Objetivo e justificativa
- Conceito e teoria
- Metodologia
- Análise dos casos
- Considerações finais

○ Estudo

- Questão da pesquisa
 - ▣ Processo de busca a mercados internacionais no tema Franquia
- Objetivo principal
 - ▣ Ampliar o conhecimento sobre o tema
- Justificativa
 - ▣ Mercado Brasileiro
 - ▣ Alternativa como expansão

Metodologia

- Estudo qualitativo para coleta de dados
- Características necessárias das empresas
- Empresas pesquisadas
- Formulário

Setor

- Dados de 2008
 - R\$55bi – 1.379r – 71.954u – 18s – 54m – 648Kmd
- Modelos
 - Máster, Desenvolvimento de Área, JV (ou Alianças)
- Característica da Franquia e fator de sucesso

Internacionalização e Conceito

- Fatores para internacionalização
- Modelo da Escola de Upsala (1970) e seus estágios
- Planejamento
 - Objetivo;
 - Riscos;
 - Expansão financeira e estratégica;
 - Mercado: 5 forças de Porter (1979);
 - Escolha do parceiro (Modelos): Vantagem competitiva (Porter 1979) e Aliança Estratégica (Johanson, 1988);
 - Escolha do País: Distância psíquica (Souza e Bradley, 2006).

Empresas Pesquisadas



- **Spoleto**

- Segmento: Alimentação



- **Arezzo**

- Segmento: Acessórios e Calçados



- **Morana**

- Segmento: Acessórios e Calçados



- **Mundo Verde**

- Segmento: Beleza, Saúde e Bem Estar

Análise dos Casos

REDE	EXPANSÃO INTERNACIONAL	UNIDADES NO BRASIL	UNIDADES NO EXTERIOR	PAÍSES	INTERNACIONALIZAÇÃO	FATOS RELEVANTES
SPOLETO	2005	200	15	2	CONCEITO	ALIANÇA ESTRATÉGICA ADAPTAÇÃO VISÃO
AREZZO	2003	219	16	5	MARCA	ALIANÇA ESTRATÉGICA ARÁBIA SAUDITA CHINA
MUNDO VERDE	2007	141	2	2	CONCEITO	ORGANIC LIFE VISÃO
MORANA	2007	120	5	3	MARCA	criação MARGEM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Considerações Finais

- Oportunidade de ampliação das redes para um mercado promissor
- Escolha do parceiro / Aliança estratégica
- Adaptação à cultura local
- Fortalecimento do conceito ou da marca
- Planejamento estratégico
- Cada caso, um caso

Obrigado.