



Disponível em  
<http://www.anpad.org.br/rac>

RAC, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1,  
pp. 126-127, Jan./Fev. 2013



## **Resenhas Bibliográficas:**

**Franquias Brasileiras: Estratégia, Empreendedorismo, Inovação e Internacionalização.**  
Pedro Lucas de Resende Melo e Tales Andreassi (Orgs.). São Paulo: Cengage Learning, 2012. 224 p.  
ISBN: 978-85-221-1184-8.

**Diego Bonaldo Coelho \***  
E-mail: [coelhodb@yahoo.com.br](mailto:coelhodb@yahoo.com.br)  
Universidade Presbiteriana Mackenzie - CCSA/UPM  
São Paulo, SP, Brasil.

\* Endereço: Diego Bonaldo Coelho  
Rua da Consolação, 896, Prédio 60 (Prédio T), Térreo, São Paulo/SP, 01302-907.

O empreendedorismo sempre ocupou espaço privilegiado nos debates atinentes ao desenvolvimento econômico, tendo em vista ser o meio pelo qual as atividades econômicas são iniciadas, organizadas e conduzidas, propiciando, via inovações, progresso técnico e produtividade e, conseqüentemente, emprego e renda. No Brasil, não é diferente, com destaque para retomada recente não apenas da relevância do tema, mas dos meandros de sua práxis, particularmente os motivadores e desafios da atividade de empreender. Isso ocorre, sobretudo, pelas próprias características do ambiente brasileiro, por vezes conflituoso entre uma população com alto viés empreendedor versus uma grande taxa de mortalidade empresarial. Dessa forma, como ponderar e direcionar a verve empreendedora do brasileiro com a execução de atividades e modelos de negócios robustos e sustentáveis economicamente tem sido um dos mais importantes itens da nova agenda de desenvolvimento do Brasil.

Na esteira desse debate, Melo e Andreassi, com **Franquias Brasileiras**, proporcionam contribuição relevante à área de Administração de Empresas, dado que se propuseram a investigar e esquematizar acadêmica e mercadologicamente o fenômeno do sistema de franquias que, crescente no Brasil, vem se apresentando como alternativa e estratégia interessantes de viabilização, expansão e diversificação de negócios empreendedores no país; embora, ainda, seja tema pouco estudado e problematizado. Com méritos, a obra, escrita em conjunto com vários acadêmicos e profissionais renomados do ramo, resguarda, já em sua forma de organização, engenhosidade no tratamento do tema, uma vez que é concebida em torno de quatro eixos fundamentais para o entendimento e análise da natureza e funcionamento das franquias: estratégia, empreendedorismo, inovação e internacionalização. A partir destes temas, o livro se divide em três grandes partes com vistas a explorar as franquias e seus eixos temáticos de maneira mais detalhada. Seu fio condutor geral consiste, primeiramente, em considerar abordagens, aspectos e conceitos mais constitutivos e teóricos do fenômeno, demarcando as suas particularidades e dimensões empreendedoras. Em seguida, na segunda parte, as estratégias de expansão e diversificação são focalizadas, sendo pertinentemente inclusa análise quanto à internacionalização. Na parte final, busca-se suscitar e mapear questões relativas à inovação e gestão dos empreendimentos em tela.

Nestes termos, os primeiros capítulos que compõem a primeira parte são direcionados ao debate e à produção teórica do conhecimento acerca do que se trata o sistema de franquias, como funciona e suas características elementares de relacionamento, além de apresentarem o perfil médio dos empreendedores deste tipo de sistema, bem como a sua evolução no Brasil, em mapeamento quantitativo detalhado. Nos capítulos subsequentes, que integram a segunda parte, são analisadas as estratégias das franquias brasileiras, sobretudo, aquelas de internacionalização, em que oportunamente se discutem as determinantes da inserção internacional deste tipo particular de negócio, com a apresentação de *survey* inédito sobre o nível e padrão dessa expansão a partir do Brasil, acompanhado do detalhamento de três casos enigmáticos: TrendFoods, China in Box e Chili Beans. E, por fim, a terceira parte se desvela com capítulos que exploram, por meio de alguns estudos de casos de franquias brasileiras de sucesso, modelos e formas de gestão do conhecimento e inovação com o objetivo de desvendar os fatores críticos de seus processos, os quais foram capazes de propiciar saltos de competitividade e lucratividade; momento em que são profundamente analisadas as franquias de setores competitivos no país, como cosméticos, alimentação, educação e produtos naturais.

Ao fim da obra, constata-se que Melo e Andreassi, ao articularem pesquisas acadêmicas com linguagem acessível ao meio empresarial, apresentam importante contribuição ao empreendedorismo e franquias brasileiras, cujos méritos de forma e conteúdo permitem a **Franquias Brasileiras** alcançar grande gama de leitores e pesquisadores, destacadamente aqueles interessados em estudar as características desse sistema no Brasil, seu estado da arte e desenvolvimento contemporâneo, assim como, a partir de seus resultados revelados, estimular novas frentes de pesquisa, reflexão e ação.