

**Luiz Fernando de Paris Caldas**

**Estruturação das Redes de Fast food:**  
Estudo Empírico sobre os Antecedentes do  
Franchising e suas Implicações sobre  
o Desempenho das Firms

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**  
Programa de Pós-graduação em Administração  
de Empresas

Rio de Janeiro  
Agosto de 2006



**Luiz Fernando de Paris Caldas**

**Estruturação das Redes de Fast food: Estudo Empírico  
sobre os Antecedentes do Franchising e suas Implicações  
sobre o Desempenho das Firms**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada como requisito parcial para  
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-  
graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Jorge Ferreira da Silva

Rio de Janeiro  
Agosto de 2006



**Luiz Fernando de Paris Caldas**

**Estruturação das Redes de Fast food: Estudo Empírico  
sobre os Antecedentes do Franchising e suas Implicações  
sobre o Desempenho das Firms**

Dissertação apresentada como requisito parcial para  
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-  
graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio.  
Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

**Prof. Jorge Ferreira da Silva**

Orientador  
Departamento de Administração, PUC-Rio

**Prof. Paulo César Mendonça Motta**

Departamento de Administração, PUC-Rio

**Profª Ângela Maria Cavalcanti da Rocha**

COPPEAD, UFRJ

**Prof. João Pontes Nogueira**

Vice-Decano de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 17 de agosto de 2006

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial deste trabalho sem a autorização da universidade, do autor e do orientador.

### **Luiz Fernando de Paris Caldas**

Graduou-se em engenharia de Produção na UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) em 1993. Possui cursos de especialização em Finanças Corporativas pela PUC - Rio e em Marketing de Varejo pelo Ibmec - Rio.

#### Ficha Catalográfica

Caldas, Luiz Fernando de Paris

Estruturação das redes de fast food: estudo empírico sobre os antecedentes do franchising e suas implicações sobre o desempenho das firmas / Luiz Fernando de Paris Caldas ; orientador: Jorge Ferreira da Silva. – Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Administração, 2006.

171 f. ; 29.7 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração.

Inclui referências bibliográficas.

1. Administração – Teses. 2. Teoria da escassez de recursos. 3. Teoria dos custos de transação. 4. Teoria da agência. 5. Franchising. 6. Fast food. I. Silva, Jorge Ferreira da. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

## **Agradecimentos**

A Carlos e Maria Aparecida, meus pais, pela inestimável contribuição à minha formação e por toda atenção, incentivo e carinho sempre a mim dedicado.

À Renata, minha esposa, pelo incondicional apoio e compreensão durante esta jornada e especialmente pelo precioso tempo cedido, para que eu pudesse me concentrar na elaboração desta pesquisa.

À Carolina, minha recém chegada filha, também pelo tempo privado e por sua doçura e alegria radiante, que trouxeram um colorido especial a minha vida.

Ao professor Jorge Ferreira, meu orientador, pelas valiosas e precisas contribuições no direcionamento desta pesquisa e por toda confiança a mim depositada.

Aos professores Paulo César Motta e Ângela Rocha, por aceitarem o convite para participar da banca de avaliação, bem como pelas relevantes considerações que permitiram o aperfeiçoamento desta dissertação.

A Maria Teresa Campos e ao Fabio Etienne, da secretaria do IAG, pelas inúmeras vezes em que excederam as suas obrigações.

A todos os demais familiares e amigos que de uma forma ou de outra me estimularam ou apoiaram nos momentos críticos.

A todas aquelas pessoas, que de alguma forma serviram de inspiração ou contribuíram com informações que auxiliaram na elaboração deste trabalho, os meus sinceros agradecimentos.

## Resumo

Caldas, Luiz Fernando de Paris; Silva, Jorge Ferreira (Orientador). **Estruturação das redes de fast food: estudo empírico sobre os antecedentes do franchising e suas implicações sobre o desempenho das firmas.** Rio de Janeiro, 2006. 171p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A forma de estruturação e gerenciamento dos canais de distribuição constitui para as firmas uma importante fonte de vantagem competitiva. Em linha com a sua visibilidade, o *franchising* vem atraindo a atenção de pesquisadores das mais diversas linhas teóricas, interessados em aprofundar a compreensão quanto as suas implicações econômicas e estratégicas. Esta pesquisa visa contribuir para ampliar os entendimentos quanto aos fatores que influenciam a adoção e o desenvolvimento do sistema, assim como da relação entre o seu grau de utilização e o desempenho das firmas. Com base na revisão da literatura, desenvolveu-se um modelo estrutural utilizando fatores preconizados pelas teorias da escassez de recursos, custos de transação e da agência. Esta modelagem do problema permitiu o teste das relações hipotetizadas e a mensuração das contribuições dos fatores na explicação do *franchising* e do desempenho das firmas. A investigação empírica utilizou informações de domínio público sobre 88 redes de *fast food* que operam no Brasil. De forma geral, os resultados corroboraram diversas proposições teóricas quanto aos efeitos dos fatores selecionados sobre do nível de utilização do *franchising* pelas firmas. Adicionalmente, revelou-se um impacto conjunto dos fatores antecedentes e da forma de estruturação das redes sobre o desempenho dos franqueadores. A análise da influência da maturidade das firmas permitiu diferenciar a importância relativa das relações estruturais do modelo entre franqueadores novos e maduros. Finalmente, foram discutidas as implicações acadêmicas e gerenciais das conclusões, bem como apontadas sugestões para futuras pesquisas.

## Palavras-chave

Teoria da Escassez de Recursos; Teoria dos Custos de Transação; Teoria da Agência; *Franchising*; *Fast food*;

## Abstract

Caldas, Luiz Fernando de Paris; Silva, Jorge Ferreira (Advisor). **The structuring of Fast-food chains: empirical research of franchising antecedents and its implications on firms' performance.** Rio de Janeiro, 2006. 171p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The distribution channel structuring and management represents to firms an important source of competitive advantage. Measure with its visibility, franchising has captured the attention of researchers from a wide variety of theoretical backgrounds, interested in deepening the understanding of its economic and strategic implications. This research aims at providing further comprehension about the factors that lead to the franchising adoption and development as well as the relationship between its level of utilization and companies' performance. Based on literature review, a structural model was developed using factors nourished by the resource scarcity, transaction costs and agency theories. This problem-modeling approach allowed the testing of hypothesized relationships and the measuring of factors the contributions to the explanation of franchising and the performance of companies. The empirical investigation was developed using public information regarding 88 *fast food* chains operating in Brazil. Overall, the findings offered support for several theoretical propositions concerning the effects of each selected factors over the use of *franchising* level. Furthermore, the results revealed a combined impact of the selected factors and the network structure on franchisors' performance. The examination of the company's experience influence allows differentiating the relative importance of some structural relationships among young and mature franchisors. Finally, the academic and managerial implications of the conclusions were discussed and suggestions for future studies were provided.

## Keywords

Resource Scarcity Theory; Transaction Costs Theory; Agency Theory; *Franchising*, Fast food;

## Sumário

LISTA DE TABELAS.....	09
LISTA DE FIGURAS.....	11
1 O PROBLEMA.....	12
1.1 Contextualização do Problema.....	12
1.2 Objetivos do Estudo.....	18
1.2.1 Objetivos Finais.....	18
1.2.2 Objetivos Intermediários.....	18
1.3 Delimitação do Estudo.....	19
1.4 A Relevância do Tema.....	20
1.5 Conceitos e Definições Importantes do <i>Franchising</i> .....	21
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	25
2.1 Análise da Indústria e Estratégias Competitivas.....	25
2.1.1 Análise da Indústria segundo Porter.....	25
2.1.2 Estratégias e Dimensões Competitivas.....	26
2.2 Vantagem Competitiva Sustentável.....	28
2.2.1 Vantagem Competitiva Sustentável e Porter.....	28
2.2.2 Vantagem Competitiva Sustentável e a <i>Resource-Based View</i> .....	30
2.3 Escassez de Recursos, Custos de Transação e Agência.....	34
2.3.1 Teoria da Escassez de Recursos.....	34
2.3.2 Teoria dos Custos de Transação.....	38
2.3.3 Teoria da Agência.....	43
2.3.4 As Formas Plurais de Governança.....	49
2.4 Adoção, Desenvolvimento e Desempenho no <i>Franchising</i> .....	51
2.4.1 Fatores Relacionados à Adoção.....	51
2.4.2 Fatores Relacionados ao Desenvolvimento.....	56
2.4.3 Fatores Relacionados ao Desempenho.....	58
3 METODOLOGIA.....	63
3.1 Tipo de Pesquisa.....	63
3.2 Seleção do Universo e da Amostra.....	64
3.3 Coleta de Dados.....	67
3.4 Hipóteses da Pesquisa e Modelos Estruturais.....	68
3.5 Seleção das Variáveis.....	72



3.6	Tratamento dos Dados.....	77
3.7	Limitações do Método .....	84
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS .....	86
4.1	A indústria do <i>Fast food</i> no Brasil.....	86
4.2	Análise Geral dos Dados da Amostra.....	93
4.3	Análise das Variáveis e Premissas das Técnicas Multivariadas .....	96
4.3.1	Análise e Tratamento de Valores Faltantes.....	96
4.3.2	Análise de Normalidade e Outliers .....	99
4.4	Análise de Correlações .....	102
4.5	Análise Fatorial Exploratória.....	108
4.6	Análise dos Fatores Antecedentes e Impactos do <i>Franchising</i> .....	113
4.6.1	Modelagem de Equações Estruturais.....	113
4.6.2	Análise Fatorial Confirmatória dos <i>Constructos</i> .....	114
4.6.3	Análise do Estrutural do Modelo Original.....	123
4.6.4	Análise do Estrutural do Modelo Rival .....	126
4.6.5	Teste das Hipóteses do Modelo Estrutural .....	128
5	CONCLUSÕES .....	139
5.1	Interpretação e Discussão dos Resultados .....	139
5.2	Implicações Acadêmicas e Gerenciais .....	145
5.3	Sugestões para Futuras Pesquisas.....	146
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	149
7	ANEXOS .....	158
7.1	Análise dos Valores Faltantes das Variáveis .....	158
7.1.1	Diferença de Médias dos Grupos - Valores Presentes e Faltantes.....	158
7.1.2	Correlação das Variáveis Dicomizadas .....	160
7.2	Tratamento de Valores Faltantes das Variáveis .....	162
7.2.1	Estimação de Valores para Variável Taxa Franquia.....	162
7.2.2	Estimação de Valores para Variável Venda Unid. ....	162
7.2.3	Estimação de Valores para Variável Funcionarios Unid. ....	163
7.2.4	Estimação de Valores para Variável Faturamento 03.....	163
7.2.5	Estimação de Valores para Variável Faturamento 04.....	164
7.3	Análise de Normalidade das Variáveis .....	165
7.3.1	Estatísticas das Variáveis.....	165
7.3.2	Histogramas e Gráficos das Variáveis Estratégicas .....	165
7.3.3	Histogramas e Gráficos das Variáveis de Desempenho.....	169
7.4	Análise de Outliers .....	170
7.4.1	Observações Candidatas a <i>Outlier</i> Multivariado .....	170

## Lista de Tabelas

Tabela 1 - Principais Vantagens do <i>Franchising</i> .....	13
Tabela 2 - Estatísticas do <i>Franchising</i> no Brasil .....	14
Tabela 3 - Pressupostos da Teoria da Escassez de Recursos .....	35
Tabela 4 - Pressupostos da Teoria dos Custos de Transação.....	42
Tabela 5 - Pressupostos da Teoria da Agência .....	48
Tabela 6 - Variáveis Relacionadas à Escassez de Recursos.....	52
Tabela 7 - Variáveis Relacionadas à Agência - Monitoramento .....	54
Tabela 8 - Variáveis Relacionadas à Agência - Oportunismo .....	55
Tabela 9 - Indicadores de Desempenho em Pesquisas .....	58
Tabela 10 - Redes de <i>Fast food</i> Integrantes da Amostra da Pesquisa .....	65
Tabela 11 - <i>Constructos</i> e Variáveis do Modelo Estrutural .....	76
Tabela 12 - Procedimentos Utilizados no Tratamento de Dados .....	83
Tabela 13 - Evolução do Número de Unidades no <i>Fast food</i> por Perfil.....	88
Tabela 14 - Dimensões das Redes de <i>Fast food</i> por Segmento.....	93
Tabela 15 - Distribuição Geográfica das Redes por Origem da Sede.....	94
Tabela 16 - Idade Média e Concentração Geográfica das Unidades .....	95
Tabela 17 - Estatística Descritiva das Variáveis .....	96
Tabela 18 - Padrão de Valores Faltantes por Variável.....	97
Tabela 19 - Processo de Estimação de Variáveis Faltantes .....	98
Tabela 20 - Teste de Normalidade das Variáveis .....	99
Tabela 21 - Observações Candidatas a <i>Outliers</i> Univariados .....	100
Tabela 22 - Matriz de Correlação de Pearson das Variáveis Estratégicas.....	102
Tabela 23 - Correlação do <i>Mix Franquia</i> com as Variáveis Estratégicas .....	105
Tabela 24 - Fatores Extraídos do Espaço Estratégia.....	108
Tabela 25 - Rotação Ortogonal dos Fatores Extraídos do Espaço Estratégia .	109
Tabela 26 - Comunalidade entre Variáveis e Fatores do Espaço Estratégia ...	110

Tabela 27 – Interpretação dos Fatores Extraídos do Espaço Estratégia .....	112
Tabela 28 - Fator Extraído do Espaço Desempenho .....	112
Tabela 29 - Medidas de Ajuste – <i>Constructo</i> Escala da Unidade.....	116
Tabela 30 - Estatísticas - Escala da Unidade Original .....	117
Tabela 31 - Comparativo do Ajuste – <i>Constructo</i> Escala da Unidade .....	118
Tabela 32 - Estatísticas - Escala da Unidade Reespecificada .....	118
Tabela 33 - Medidas de Ajuste - <i>Constructo</i> Dispersão Geográfica.....	119
Tabela 34 - Estatísticas - Dispersão Geográfica Original.....	120
Tabela 35 - Medidas de Ajuste – <i>Constructo</i> Desempenho .....	122
Tabela 36 - Estatísticas - Desempenho Original.....	122
Tabela 37 - Medidas de Ajuste – Modelo Estrutural Original .....	124
Tabela 38 - Comparativo do Ajuste - Modelo Original vs. Reespecificado. ....	125
Tabela 39 - Comparativo do Ajuste – Modelo Original vs. Rival.....	126
Tabela 40 - Coeficientes do Modelo - Análise da Amostra Agregada .....	128
Tabela 41 - Coeficientes do Modelo Livre - Análise Multi-grupo .....	132
Tabela 42 - Diferenças entre Relações Estruturais - Análise Multi-grupo .....	132
Tabela 43 - Correlações Múltiplas ao Quadrado - Análise Multi-grupo .....	136

## Lista de Figuras

Figura 1 - Estratégias Genéricas de Porter.....	26
Figura 2 - Cadeia de Valor de Porter .....	28
Figura 3 - Sistema de Valores de Porter .....	29
Figura 4 - Modelo de Vantagem Competitiva Sustentável em Serviços .....	31
Figura 5 - Ciclo do <i>Franchising</i> segundo a Teoria da Escassez de Recursos....	35
Figura 6 – Tipos de Mecanismo de Governança.....	38
Figura 7 - Lógica da Teoria dos Custos de Transação .....	41
Figura 8 - Modelo Estrutural Original Proposto .....	69
Figura 9 - Modelo Estrutural Rival Proposto .....	71
Figura 10 - <i>Constructo</i> Escala da Unidade .....	116
Figura 11 - <i>Constructo</i> Dispersão Geográfica.....	119
Figura 12 - <i>Constructo</i> Ameaça de Oportunismo.....	121
Figura 13 - <i>Constructo</i> Desempenho .....	122
Figura 14 - Modelo Estrutural Original .....	123
Figura 15 - Modelo Estrutural Rival.....	126