

O INSTAGRAM AD+FRANQUIAS: DISSEMINADO INFORMAÇÕES SOBRE O MUNDO DAS FRANQUIAS

Francinaldo Soares de Paula¹
Gabrielly Victorya Alves de Sousa²
Karla Silva de Paula³
Victor Gabriel Alves de Sousa⁴
Sara Gabrielly Martins Aguiar⁵
Daniel Borges Rosa⁶

RESUMO

O artigo aborda a criação e desenvolvimento do Instagram AD+FRANQUIAS, um projeto acadêmico concebido por estudantes do curso de Administração da UniEVANGÉLICA – Campus Rubiataba-GO. O objetivo principal do projeto é fornecer informações precisas e relevantes sobre o mercado de franquias, abordando conceitos fundamentais, vantagens, desafios e responsabilidades associadas a esse modelo de negócio. A metodologia adotada foi colaborativa e estruturada em três fases: elaboração de conteúdo, criação de uma cartilha informativa e análise do engajamento da comunidade. Os resultados revelaram a receptividade dos participantes em relação às franquias, destacando o setor de alimentação como o mais atrativo. O Instagram AD+FRANQUIAS recebeu feedback positivo dos seguidores, e a cartilha informativa foi reconhecida como um recurso valioso. Apesar de desafios identificados, o projeto visa expandir seu alcance, aumentar a frequência de publicações e estabelecer parcerias para enriquecer ainda mais o conteúdo.

Palavras-chave: Franquias, Empreendedorismo, Cartilha Informativa, Mercado de Franquias.

INTRODUÇÃO

No âmbito do mercado de franquias, revela-se uma alternativa atrativa para empreendedores que buscam oportunidades de negócios seguras e de menor risco. Entretanto, persistem dúvidas e desconhecimento acerca do funcionamento das franquias e das vantagens inerentes a esse modelo de empreendimento (Schwartz, 2003). Diante desse cenário, um grupo de estudantes universitários do curso de Administração da UniEVANGÉLICA – Campus Rubiataba-GO concebeu o Instagram AD+FRANQUIAS como parte integrante de um projeto acadêmico de pesquisa e extensão. O propósito central consistiu na criação de uma plataforma informativa destinada à disseminação de conhecimentos sobre franquias, visando oferecer suporte àqueles que aspiram ingressar nesse mercado.

¹ Mestre em Administração, Professor da Universidade Evangélica de Goiás, E-mail: atividadelivre@hotmail.com

² Acadêmica da Universidade Evangélica de Goiás – Campus Rubiataba, E-mail: gabriellysousa716@gmail.com

³ Acadêmica da Universidade Evangélica de Goiás – Campus Rubiataba, E-mail: karlafitin@hotmail.com

⁴ Acadêmico da Universidade Evangélica de Goiás – Campus Rubiataba, E-mail: victorgabriel2005sousa@gmail.com

⁵ Acadêmica da Universidade Evangélica de Goiás – Campus Rubiataba, E-mail: saraaguiarmaartins@gmail.com

⁶ Acadêmico da Universidade Evangélica de Goiás – Campus Rubiataba, E-mail: daniel77borges.rosa@gmail.com

O Instagram AD+FRANQUIAS foi idealizado com o intuito principal de compartilhar informações pertinentes e precisas sobre franquias. A abordagem abarcou conceitos fundamentais, vantagens, desafios e as responsabilidades associadas a esse tipo de empreendimento. Ademais, a iniciativa buscou estabelecer uma comunidade engajada de seguidores interessados no tema, proporcionando um espaço propício para a troca de experiências, dicas e ideias relacionadas às franquias.

METODOLOGIA

A condução deste estudo adotou uma abordagem meticulosa e colaborativa, centrada na compreensão aprofundada do mercado de franquias e na efetivação do projeto Instagram AD+FRANQUIAS. A metodologia empregada foi estruturada em três fases distintas, visando atingir os objetivos propostos.

A primeira fase consistiu na elaboração do conteúdo para o Instagram AD+FRANQUIAS. Fundamentando-se em pesquisa bibliográfica para abordar conceitos fundamentais sobre franquias, destacando suas vantagens, desafios e as responsabilidades associadas.

Simultaneamente, busca-se a elaboração de uma cartilha informativa detalhada. Essa cartilha serviu como guia abrangente, consolidando os conceitos essenciais e as informações veiculadas nas publicações do Instagram AD+FRANQUIAS. O documento foi desenvolvido de maneira a ser acessível e educativo para os usuários da plataforma.

A terceira fase consistiu na análise do engajamento e feedback da comunidade formada ao redor do Instagram AD+FRANQUIAS. Para tal, foram aplicados questionários direcionados aos seguidores, buscando compreender o impacto das publicações na percepção e conhecimento sobre franquias. A coleta de dados foi realizada de maneira ética e anônima, garantindo a confidencialidade das respostas.

Essas fases foram concebidas de forma interdependente, permitindo uma abordagem abrangente e multifacetada sobre o tema das franquias. A triangulação de dados provenientes das diferentes etapas fortaleceu a robustez das conclusões obtidas, contribuindo para a compreensão aprofundada do papel do Instagram AD+FRANQUIAS como uma plataforma informativa no contexto do mercado de franquias.

RESULTADOS

No universo das franquias, alicerçadas numa parceria entre franqueador e franqueado, delineada por contratos que estabelecem direitos e responsabilidades, emerge uma perspectiva esclarecedora sobre a receptividade e compreensão dos participantes (Delgado, Melo e Correa, 2018) (Schwartz, 2003).

No que tange à predisposição para abrir uma franquia, 66,7% dos participantes consideram essa opção de negócio, enquanto 33,3% não a veem como alternativa. Dentre os que contemplam a ideia, o setor de alimentação desperta maior interesse, com 50%, seguido pelo setor automotivo, com 25%. É unânime (100%) o entendimento de que uma franquia proporciona maior segurança comparativamente ao desafio de iniciar um negócio do zero.

A maioria expressiva (83,3%) dos participantes evidencia consciência quanto aos custos iniciais associados à abertura de uma franquia, corroborando a crença de 83,3% de que o sucesso é mais provável em uma franquia do que em um empreendimento independente. Todos (100%) reconhecem a necessidade de aderir às diretrizes da franqueadora, contudo, apenas 33,3% investigaram o suporte e treinamento oferecidos antes de considerar a abertura.

A ciência de que o retorno do investimento em uma franquia é mais rápido, percebida por 66,7%, alinha-se à convicção unânime (100%) de que a reputação e marca estabelecida conferem vantagens substanciais. Embora nenhum participante tenha identificado uma franquia específica de interesse, 66,7% estão cientes dos desafios e responsabilidades inerentes à administração.

O Instagram AD+FRANQUIAS, apesar de recente, registra feedback positivo dos seguidores, indicando a utilidade das informações compartilhadas. A cartilha informativa, concebida por Karla, destaca-se como ferramenta valiosa para compreensão e tomada de decisões informadas sobre franquias.

Contudo, a limitação de publicações até o momento representa uma restrição identificada no projeto. O desafio de conciliar responsabilidades profissionais com a gestão do Instagram AD+FRANQUIAS foi superado com compromisso e dedicação.

No tocante ao futuro do projeto, a intenção é expandir o alcance, aumentar a frequência de publicações e estabelecer parcerias com especialistas no mercado de franquias. Entrevistas, casos de sucesso e insights valiosos estão nos planos para enriquecer ainda mais o conteúdo, consolidando o Instagram AD+FRANQUIAS como um espaço vital na disseminação de conhecimento sobre o universo das franquias.

CONCLUSÃO

O Instagram AD+FRANQUIAS se mostrou uma ferramenta eficaz para disseminar informações sobre o mundo das franquias. Através das respostas obtidas no questionário, identificamos que muitos indivíduos consideram abrir uma franquia como uma opção de negócio, especialmente nos setores de alimentação e automotivo. A maioria dos participantes reconheceu as vantagens oferecidas por esse modelo de negócio, como a segurança, o suporte da franqueadora e a reputação da marca estabelecida.

O projeto contribuiu para ampliar o conhecimento sobre franquias e auxiliar aqueles que desejam empreender nesse segmento. Além disso, a cartilha informativa elaborada oferece um recurso valioso para aqueles que buscam informações detalhadas e um guia para iniciar sua jornada no mundo das franquias.

O Instagram AD+FRANQUIAS é um projeto em constante evolução, comprometido em fornecer informações relevantes e precisas sobre franquias. Através desse projeto, esperamos contribuir para o crescimento e desenvolvimento do mercado de franquias, capacitando empreendedores e disseminando conhecimento. Continuaremos a aprimorar e expandir o conteúdo oferecido, buscando sempre atender às necessidades e interesses da nossa comunidade de seguidores interessados em franquias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABF – Associação Brasileira de Franchising. Disponível em: <https://www.abf.com.br/>
Acesso em 28 de junho de 2023.

DELGADO, Renata; MELO, Pedro Lucas e CORREA, Vitor Silva. **Ambiente Institucional e Interiorização de Redes de Franquias**, In.: XXI SemeAd 2018. Seminários em Administração, novembro 2018. Disponível em: <https://login.semead.com.br/21semead/anais/arquivos/357.pdf> acesso em 20 de maio de 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Anual de Serviços**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/20744-pesquisa-anual-de-servicos.html?edicao=20746&t=resultados> Acesso em 28 de junho de 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Franquias**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/temas/franquias> Acesso em 28 de junho de 2023.

SEBRAE. O Crescimento do mercado de franquias em 2022 consolida recuperação. Sebrae(Portal). (2023). Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/posts/crescimento-domercado-de-franquias-em-2022-consolidarecuperacao,e550b472ed496810VgnVCM1000001b00320aRCRD> Acesso em: 02 de maio de 2023

SCHWARTZ, José. **Franquias de A a Z**: O que você precisa saber. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, (2003).