

FRANCHISING: COMO SER DIFERENTE SENDO IGUAL?

SILVA, Elizabete
FERREIRA, Karen
FERREIRA, Karine
SILVA, Marina

Diversos empresários têm o objetivo de serem donos de seu próprio negócio. Por isso, muitos optam por aderir ao sistema de franquias, tendo em vista o crescimento intenso nos últimos anos deste setor no Brasil, a praticidade por já existir um plano de negócio, ou até mesmo motivados pela perspectiva de obtenção de retorno financeiro, em menos tempo e com maior segurança que em outros empreendimentos. O presente estudo baseia-se em uma empresa do segmento alimentício *fast food*, ela faz parte de uma rede de franquias mundialmente conhecida. Trata-se de uma loja pertencente à rede Subway, localizada na cidade de São José dos Pinhais – PR. A empresa estudada, Subway - Barão do Cerro Azul possui uma história recente, cujo início se deu em 2011, quando a franqueadora reportou a possibilidade de inserção de mais uma franquia Subway na cidade de São José dos Pinhais – PR. Visto que as sócias da loja, Júlia Martelli e Roberta Damasceno já possuíam outras duas lojas na cidade, as mesmas tiveram preferência para instauração de mais uma franquia da rede. Com a inauguração da loja no ano seguinte, em 2012 o grupo de sócios ligados à Julia e Roberta se tornou proprietário de 08 lojas da rede, sendo assim, um dos maiores grupos de sócios franqueados da rede na região sul do país. Este estudo tem como objetivo geral analisar as ações estratégicas de diferenciação praticadas pela franqueada sem que estas rompam com as premissas da franqueadora. E como objetivos específicos compreendem: Estudar as ações proativas desenvolvidas pela loja considerando o cenário atual (crise); Analisar a autonomia que a franqueada possui diante dos planos estratégicos da franqueadora; Identificar as boas práticas de gestão da empresa e a possibilidade destas se tornarem benchmarking às demais lojas da rede. A fim de alcançar estes objetivos, serão adotados os seguintes procedimentos metodológicos: Pesquisa bibliográfica, Pesquisa qualitativa, observação não participante e entrevista não estruturada.