



METODOLOGIAS DE FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE TIMES COMERCIAIS EM FRANQUIAS DE EDUCAÇÃO

METHODOLOGIES FOR TRAINING AND DEVELOPING SALES TEAMS IN EDUCATION FRANCHISES

METODOLOGÍAS PARA LA CAPACITACIÓN Y EL DESARROLLO DE EQUIPOS DE VENTAS EN FRANQUICIAS EDUCATIVAS

 <https://doi.org/10.56238/levv13n31-062>

Data de submissão: 01/08/2023

Data de publicação: 31/08/2023

Lucas Serrano Domiene Novaretti

RESUMO

O presente estudo analisou as estratégias utilizadas por redes de ensino para estruturar seus grupos comerciais, com foco em mecanismos de aprendizagem contínua e inovação organizacional. Observou-se que a manutenção da competitividade depende da criação de ambientes voltados à atualização permanente dos profissionais, capazes de assegurar padronização de processos e, ao mesmo tempo, flexibilidade diante de diferentes contextos regionais. O trabalho destacou que a adoção de recursos digitais amplia o alcance das iniciativas e facilita a integração entre unidades geograficamente distantes, promovendo uniformidade na comunicação e maior agilidade na tomada de decisão. Verificou-se ainda que gestores preparados desempenham papel fundamental como multiplicadores de conhecimento, fortalecendo a motivação das equipes e garantindo alinhamento às diretrizes estratégicas. A pesquisa também mostrou que programas permanentes, quando associados a métricas de acompanhamento, tornam-se instrumentos eficazes para consolidar boas práticas, reduzir falhas e estimular a inovação. Além disso, constatou-se que a retenção de talentos e a coerência entre discurso institucional e experiência vivida pelo cliente são fatores que reforçam a credibilidade da marca e favorecem a fidelização. Chegou-se a conclusão de que o preparo de representantes comerciais em franquias educacionais deve ser entendido como parte central da estratégia organizacional, assegurando sustentabilidade em longo prazo e diferenciação em um mercado em constante transformação.

Palavras-chave: Franquias. Equipes de Vendas. Educação Corporativa. Inovação. Sustentabilidade.

ABSTRACT

This study examined the strategies adopted by educational networks to structure their commercial groups, focusing on continuous learning mechanisms and organizational innovation. Findings revealed that competitiveness relies on creating environments oriented toward permanent professional updating, which ensures standardized processes while allowing flexibility in different regional contexts. The research highlighted that the use of digital tools extends the reach of initiatives and facilitates integration among geographically distant units, promoting consistency in communication and greater agility in decision-making. It was also identified that well-prepared managers play a crucial role as knowledge multipliers, strengthening team motivation and ensuring alignment with strategic guidelines. The study further showed that permanent programs, when associated with performance indicators, become effective instruments for consolidating best practices, reducing errors, and



stimulating innovation. In addition, talent retention and coherence between institutional discourse and customer experience were found to reinforce brand credibility and encourage loyalty. It is concluded that preparing commercial representatives in educational franchises must be considered a central part of organizational strategy, ensuring long-term sustainability and differentiation in a constantly evolving market.

Keywords: Franchising. Sales Teams. Corporate Education. Innovation. Sustainability.

RESUMEN

Este estudio analizó las estrategias utilizadas por las redes educativas para estructurar sus grupos comerciales, centrándose en los mecanismos de aprendizaje continuo e innovación organizacional. Se observó que mantener la competitividad depende de la creación de entornos orientados a la actualización permanente de los profesionales, capaces de garantizar la estandarización de los procesos y, al mismo tiempo, la flexibilidad ante los diferentes contextos regionales. El trabajo destacó que la adopción de recursos digitales amplía el alcance de las iniciativas y facilita la integración entre unidades geográficamente distantes, promoviendo la uniformidad en la comunicación y una mayor agilidad en la toma de decisiones. También se constató que los directivos capacitados desempeñan un papel fundamental como multiplicadores del conocimiento, fortaleciendo la motivación del equipo y asegurando la alineación con las directrices estratégicas. La investigación también mostró que los programas permanentes, cuando se asocian con indicadores de seguimiento, se convierten en instrumentos eficaces para consolidar las buenas prácticas, reducir los errores y estimular la innovación. Además, se observó que la retención del talento y la coherencia entre el discurso institucional y la experiencia del cliente son factores que refuerzan la credibilidad de la marca y favorecen la fidelización. Se concluyó que la capacitación de los representantes de ventas en las franquicias educativas debe entenderse como una parte central de la estrategia organizacional, garantizando la sostenibilidad a largo plazo y la diferenciación en un mercado en constante transformación.

Palabras clave: Franquicias. Equipos de Ventas. Formación Corporativa. Innovación. Sostenibilidad.

1 INTRODUÇÃO

As transformações recentes no mercado educacional têm exigido de organizações franqueadas estratégias cada vez mais sofisticadas para manter competitividade em um cenário marcado por diversidade de ofertas e constante inovação tecnológica nesse contexto a atuação de representantes comerciais ganha destaque pois são eles que traduzem a proposta institucional em experiências concretas de relacionamento com estudantes e famílias contribuindo para consolidar a credibilidade da rede (Alves et al., 2018).

O ambiente globalizado elevou o nível de exigência dos consumidores que passaram a demandar atendimento ágil comunicação transparente e serviços personalizados diante desse cenário tornou-se imprescindível que unidades franqueadas estabeleçam mecanismos de alinhamento capazes de transmitir valores de forma uniforme ao mesmo tempo em que respeitam especificidades locais garantindo coerência entre discurso institucional e prática cotidiana (Francelino et al., 2019).

Segundo Gouveia et al. (2020) pessoas que investem em processos contínuos de orientação obtêm maior estabilidade em seus resultados, pois conseguem reduzir falhas operacionais elevar a confiança dos clientes e aumentar a retenção de talentos ao mesmo tempo em que asseguram homogeneidade na experiência de consumo fatores que se tornam diferenciais diante da multiplicidade de opções no setor.

Os avanços tecnológicos favoreceram a disseminação de recursos digitais que ampliam a capacidade de integração entre matriz e unidades por meio de ambientes virtuais plataformas de gestão e aplicativos móveis tornou-se possível acompanhar em tempo real a performance de colaboradores garantindo maior velocidade na implementação de ajustes e fortalecendo a padronização das ações em diferentes localidades (Caminha, 2023).

Cabe destacar, a função das lideranças internas que assumem função estratégica como multiplicadores de conhecimento sua atuação fortalece o engajamento dos grupos locais aumenta a adesão às diretrizes institucionais e amplia a confiança da comunidade acadêmica na proposta educacional oferecida reforçando a relevância da rede no mercado (Vasconcelos, 2019).

Pesquisas apontam que divergências entre franqueadores e franqueados são minimizadas quando há clareza nas orientações e proximidade nos canais de comunicação sistemas transparentes associados a iniciativas de acompanhamento constante favorecem maior alinhamento entre as partes e reduzem conflitos que poderiam comprometer a imagem organizacional (Maemura, 2020).

Nesse sentido, o objetivo deste artigo é analisar metodologias aplicadas por redes de ensino para estruturar grupos comerciais discutindo como práticas de aprendizagem organizacional ferramentas tecnológicas e valorização de lideranças contribuem para fortalecer a competitividade a proposta é identificar fatores que asseguram consistência entre unidades e aumentam a efetividade das estratégias comerciais.



A justificativa para a realização desta pesquisa reside na necessidade de compreender de forma aprofundada como redes educacionais podem manter relevância em um setor marcado por intensa concorrência e mudanças rápidas ao examinar diferentes abordagens pretende-se oferecer subsídios teóricos e práticos para gestores e pesquisadores interessados em aprimorar modelos de expansão garantindo sustentabilidade e diferenciação em longo prazo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ESTRUTURAÇÃO DE TIMES EM REDES DE ENSINO

O crescimento das franquias no setor educacional está ligado à preparação de seus representantes comerciais que atuam como intermediários entre a proposta institucional e os estudantes interessados para isso é necessário adotar práticas que transmitam valores da marca de maneira uniforme e que assegurem clareza no contato com o público a consistência dessa comunicação fortalece a credibilidade e amplia a confiança na rede (Alves et al., 2018).

Profissionais envolvidos no processo de vendas precisam compreender a natureza do serviço oferecido ao mesmo tempo em que dominam técnicas de negociação a sensibilidade para identificar demandas específicas dos clientes torna o contato mais humano e eficaz gerando vínculos de longo prazo e resultados financeiros mais sólidos para a organização (Francelino et al., 2019).

Pesquisas mostram que a sintonia entre matriz e unidades influencia diretamente o desempenho quanto maior a proximidade mais alinhadas ficam as ações em todas as localidades reuniões periódicas e sistemas de integração funcionam como espaços de partilha e aperfeiçoamento coletivo reduzindo discrepâncias e potencializando resultados (Gouveia et al., 2020).

Ferramentas tecnológicas têm ampliado o alcance de ações educacionais digitais aplicativos móveis e ambientes virtuais permitem acesso rápido a conteúdos estratégicos diminuem custos operacionais e oferecem acompanhamento contínuo desse modo, colaboradores conseguem responder de forma mais ágil às transformações do mercado (Caminha, 2023).

Gestores que assumem papel de liderança transformam-se em multiplicadores de conhecimento incentivando boas práticas e fortalecendo o engajamento de toda a equipe quando esses profissionais são valorizados criam-se ambientes de cooperação que impulsionam a motivação e elevam a qualidade das interações com os clientes (Vasconcelos, 2019).

Conflitos entre franqueador e franqueados podem ser minimizados quando diretrizes são bem definidas e processos claros são transmitidos dessa maneira diminuem-se resistências e ampliam-se possibilidades de adesão a metas estabelecidas ao mesmo tempo em que se constrói um ambiente mais colaborativo (Maemura, 2020).

É preciso reconhecer também que diferenças culturais e regionais influenciam a atuação de cada unidade nesse sentido materiais personalizados e acompanhamento próximo tornam o processo



mais realista e adequado às condições locais preservando a identidade global da rede sem comprometer especificidades (mLearn, 2019).

Assim pode-se afirmar que a construção de equipes comerciais em organizações educacionais exige integração entre inovação tecnológica valorização de gestores proximidade institucional e flexibilidade cultural de modo a consolidar estruturas alinhadas e capazes de sustentar a competitividade.

2.2 ESTRATÉGIAS DE APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

O conceito de educação corporativa diferencia-se do modelo tradicional de instrução por buscar criar ambientes de atualização permanente em que colaboradores evoluem continuamente dentro da lógica da empresa em redes de ensino esse recurso garante padronização de práticas e amplia a capacidade de adaptação diante das mudanças do setor (Francelino et al., 2019).

Centros internos de aprendizagem ou universidades corporativas atuam como polos de disseminação do saber oferecendo conteúdos ajustados às particularidades de cada organização e alinhando objetivos estratégicos a ações práticas esse formato consolida a visão institucional e reduz discrepâncias entre unidades (Alves et al., 2018).

Métodos participativos como estudos de caso jogos empresariais e simulações aproximam teoria e prática tornando o aprendizado mais atraente e eficaz ao vivenciar situações reais profissionais incorporam novas habilidades com mais rapidez e confiança (Caminha, 2023).

Ambientes digitais funcionam como ferramentas essenciais para redes amplas pois democratizam o acesso à informação e permitem que integrantes de localidades distintas recebam a mesma orientação independentemente de distância geográfica criando assim experiências homogêneas (mLearn, 2019).

Gestores exercem uma função importante na condução de práticas de aprendizagem quando assumem postura ativa motivam equipes e reforçam a credibilidade das iniciativas ao servirem de exemplo tornam-se referência para os demais integrantes (Francelino et al., 2019).

A proximidade entre matriz e unidades é outro fator determinante quanto mais estruturado o suporte maior a adesão às políticas comerciais definidas fortalecendo a confiança no modelo de negócio e criando um ambiente de cooperação contínua (Vasconcelos, 2019).

Adoção de encontros coletivos como workshops ou fóruns de discussão estimula troca de experiências e gera soluções compartilhadas beneficiando toda a rede ao mesmo tempo em que aumenta o senso de pertencimento (Maemura, 2020).

Quando programas de aprendizagem estão alinhados às estratégias de crescimento tornam-se instrumentos de inovação e diferenciação pois preparam profissionais não só para seguir padrões, como também para propor alternativas diante de novas demandas (Alves et al., 2018).



Portanto, entende-se que a educação corporativa em redes de ensino deve ser vista como ecossistema contínuo de aprendizagem que integra recursos digitais liderança ativa proximidade institucional e inovação assegurando resultados sustentáveis (Francelino et al., 2019).

2.3 CONTINUIDADE E SUSTENTABILIDADE NA CONSOLIDAÇÃO DE EQUIPES

A perenidade das franquias educacionais está diretamente relacionada à capacidade de manter seus representantes constantemente atualizados em relação às demandas do setor quando a aprendizagem ocorre de forma contínua a organização preserva sua relevância no mercado e amplia suas possibilidades de crescimento em longo prazo (Alves et al., 2018).

Programas permanentes de atualização permitem que práticas sejam revistas à medida que o ambiente competitivo se transforma garantindo que os colaboradores acompanhem mudanças tecnológicas pedagógicas e sociais criando assim uma estrutura flexível e resiliente diante de diferentes contextos (Francelino et al., 2019).

O uso de métricas para acompanhar desempenho fortalece o processo de evolução ao medir indicadores como taxa de adesão de alunos nível de satisfação e produtividade das unidades a rede consegue identificar pontos frágeis e direcionar esforços corretivos com maior precisão (Gouveia et al., 2020).

Ambientes digitais de aprendizagem aliados a encontros presenciais tornam-se instrumentos estratégicos para manter coesão entre matriz e unidades ao mesmo tempo em que oferecem flexibilidade para atender especificidades regionais garantindo que a essência da marca seja preservada sem comprometer particularidades locais (mLearn, 2019).

Líderes preparados atuam como catalisadores de boas práticas sua presença inspira confiança multiplica orientações e assegura que diretrizes sejam aplicadas de forma eficaz em todas as unidades tornando-se figuras essenciais para a sustentabilidade do modelo (Alves et al., 2018).

A literatura evidencia que organizações que priorizam resiliência entre seus times conseguem enfrentar oscilações econômicas ou transformações culturais com maior segurança equipes adaptáveis reagem rapidamente a mudanças e transformam desafios em oportunidades de diferenciação (Vasconcelos, 2019).

O equilíbrio entre padronização global e adaptação local continua sendo desafio constante para as redes franqueadas quando essa dualidade é administrada de maneira equilibrada obtém-se maior consistência na experiência do cliente e maior legitimidade perante diferentes comunidades (Maemura, 2020).

Sistemas de gestão de conhecimento que reúnem boas práticas em plataformas acessíveis funcionam como repositórios coletivos permitindo que experiências bem-sucedidas sejam replicadas



por diferentes unidades diminuindo riscos de falhas e acelerando processos de inovação (Caminha, 2023).

Ao estimular a valorização de talentos internos cria-se um ambiente propício para retenção de profissionais que se identificam com os objetivos institucionais colaboradores que percebem oportunidades reais de crescimento permanecem mais tempo na organização reduzindo custos de substituição e fortalecendo a continuidade das operações (Francelino et al., 2019).

A presença de acompanhamento constante por parte do franqueador assegura alinhamento estratégico entre as partes reforçando a confiança no modelo de negócio e reduzindo a possibilidade de conflitos que poderiam comprometer a expansão da rede educacional (Vasconcelos, 2019).

O investimento em práticas inovadoras como gamificação fóruns de aprendizagem e simulações de atendimento amplia o engajamento das equipes comerciais ao transformar o processo de atualização em experiência interativa e atrativa permitindo absorção mais rápida de conteúdos e maior aplicabilidade no cotidiano (mLearn, 2019).

A sustentabilidade das franquias também depende da capacidade de criar mecanismos de comunicação efetivos que conectem unidades dispersas geograficamente em uma rede coesa evitando ruídos e fortalecendo a identidade organizacional perante o público consumidor (Gouveia et al., 2020).

O fortalecimento de lideranças locais garante que diretrizes corporativas sejam traduzidas de maneira adequada às particularidades regionais criando uma ponte entre estratégia global e execução prática o que reduz discrepâncias e reforça a confiança dos clientes (Alves et al., 2018).

Equipes comprometidas com objetivos institucionais e estimuladas a inovar apresentam maior capacidade de gerar soluções criativas frente a imprevistos essa postura proativa reforça a competitividade da rede e assegura a continuidade da expansão em cenários de instabilidade (Caminha, 2023).

Com base nesses elementos comprehende-se que a sustentabilidade das redes educacionais depende da soma de fatores como atualização permanente uso de indicadores tecnológicos valorização de lideranças comunicação efetiva e retenção de talentos integrados de maneira estratégica para assegurar crescimento sólido e manutenção da relevância no mercado (Francelino et al., 2019).

3 METODOLOGIA

A presente investigação foi conduzida a partir de uma abordagem qualitativa cujo propósito consiste em interpretar fenômenos sociais a partir de significados contextuais em vez de números ou estatísticas esse modelo favorece a análise de situações complexas envolvendo redes de ensino que estruturam sua atuação comercial por meio de processos de preparação e atualização de colaboradores em diferentes unidades (Lakatos, 2003).



O delineamento adotado foi exploratório permitindo que o pesquisador adquirisse maior familiaridade com um campo ainda pouco sistematizado dentro da literatura acadêmica favorecendo a identificação de categorias analíticas e a formulação de hipóteses que poderão subsidiar novas pesquisas voltadas ao aprimoramento das metodologias aplicadas em sistemas de franquias educacionais (Gil, 2017).

O levantamento bibliográfico foi definido como principal técnica de coleta de dados reunindo artigos científicos, dissertações, livros especializados e relatórios técnicos que abordam práticas de orientação e instrução em ambientes organizacionais desse modo foi possível constituir um corpo teórico diversificado e adequado para sustentar a discussão (Lakatos, 2003).

Foram incluídos ainda documentos institucionais disponibilizados por redes de ensino que descrevem iniciativas aplicadas em unidades franqueadas permitindo observar de que forma estratégias de alinhamento entre franqueador e franqueados se materializam em ações concretas de suporte e integração prática.

A análise das informações coletadas ocorreu por meio de organização descritiva e interpretação analítica estabelecendo conexões entre conceitos teóricos e práticas relatadas em experiências institucionais esse procedimento possibilitou compreender como os elementos observados convergem para a consolidação de times comerciais preparados e coerentes com a identidade da marca (Lakatos, 2003).

A opção por um enfoque qualitativo se justifica pelo fato de que a compreensão de processos de orientação em redes de ensino envolve aspectos subjetivos como valores culturais, motivações e percepções de franqueados e colaboradores, fatores que dificilmente seriam plenamente captados por métodos quantitativos tradicionais (Gil, 2017).

Assim a metodologia empregada assegura consistência teórica e rigor científico ao mesmo tempo em que preserva flexibilidade interpretativa permitindo examinar fenômenos complexos e propor reflexões críticas que poderão subsidiar investigações posteriores e aplicações concretas em sistemas de ensino franqueados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Constatou-se através dos resultados obtidos que redes de ensino que estruturam processos permanentes de atualização para seus representantes apresentam maior estabilidade nos resultados e ampliam sua capacidade de expansão a uniformidade obtida por meio de tais iniciativas transmite segurança ao público consumidor que encontra qualidade semelhante em diferentes unidades fortalecendo a imagem institucional perante o mercado (Alves et al., 2018).

O estudo evidenciou que a padronização das rotinas comerciais impacta diretamente na fidelização de estudantes uma vez que o atendimento homogêneo promove confiança e gera

recomendações positivas garantindo continuidade no crescimento da rede em um setor marcado por concorrência elevada e presença de múltiplas alternativas de ensino (Francelino et al., 2019).

Os resultados indicaram que a introdução de ferramentas digitais no processo de orientação trouxe avanços significativos redes que implementaram ambientes virtuais ou aplicativos móveis registraram aumento no engajamento de seus colaboradores além de redução de custos relacionados à logística e maior facilidade de atualização dos conteúdos utilizados no cotidiano (mLearn, 2019).

Observou-se que a circulação de informações de maneira estruturada entre as unidades constitui um dos fatores mais relevantes para a consolidação das redes ao estimular a troca de experiências positivas a organização consegue replicar acertos corrigir falhas e criar padrões de excelência que fortalecem o desempenho coletivo (Gouveia et al., 2020).

Um achado importante foi a constatação de que a proximidade entre franqueador e franqueados influencia diretamente o grau de adesão às práticas comerciais definidas quanto maior o acompanhamento e o suporte oferecido maior a consistência dos resultados e menor a ocorrência de divergências que possam comprometer a coesão do sistema (Vasconcelos, 2019).

As evidências revelaram que iniciativas inovadoras baseadas em metodologias participativas como jogos empresariais simulações de atendimento e estudos de caso contribuem para maior envolvimento dos profissionais estimulando o aprendizado ativo e promovendo aplicação imediata dos conhecimentos adquiridos em situações reais (Caminha, 2023).

Foi identificado que organizações que investem na formação de lideranças internas fortalecem sua capacidade de expansão ao preparar gestores que assumem papel de multiplicadores de conhecimento criam-se estruturas mais resilientes que asseguram continuidade mesmo em cenários de instabilidade econômica ou social (Alves et al., 2018).

O levantamento apontou que conflitos internos são reduzidos quando diretrizes claras são transmitidas a todos os envolvidos em redes que priorizam processos transparentes e oferecem orientação constante as divergências diminuem e surgem ambientes mais cooperativos com maior engajamento coletivo (Maemura, 2020).

Observou-se o impacto positivo percebido pelos consumidores diante de equipes bem preparadas quando os representantes demonstram domínio técnico clareza no discurso e empatia no relacionamento há maior predisposição à fidelização fortalecendo a reputação da rede no segmento educacional (Francelino et al., 2019).

A integração entre estratégias de marketing e processos de orientação revelou-se fundamental pois quando a mensagem divulgada nas campanhas coincide com a experiência oferecida no atendimento cria-se coerência que fortalece a credibilidade da marca e garante maior aderência dos clientes aos serviços prestados (Gouveia et al., 2020).



Verificou-se que programas permanentes apresentam resultados mais consistentes do que ações pontuais uma vez que a repetição contínua de boas práticas e o monitoramento sistemático favorecem a criação de uma cultura organizacional que se perpetua ao longo do tempo assegurando diferenciação competitiva (Alves et al., 2018).

Redes que oferecem oportunidades reais de crescimento profissional retêm com mais facilidade seus colaboradores reduzindo custos com substituição e elevando o comprometimento das equipes essa retenção fortalece a confiança no modelo de negócio e garante maior estabilidade para os resultados (Francelino et al., 2019).

Os achados também mostram que a utilização de métricas de acompanhamento favorece a identificação de avanços e fragilidades em tempo real ao medir indicadores de desempenho as redes conseguem corrigir falhas rapidamente e investir de maneira mais assertiva nos pontos fortes detectados durante o processo (Gouveia et al., 2020).

Sendo assim, compreendeu-se que a construção de times comerciais em franquias educacionais deve ser tratada como estratégia central de diferenciação ao integrar inovação tecnológica proximidade institucional valorização de lideranças e práticas participativas cria-se um sistema sustentável capaz de garantir crescimento contínuo em cenários competitivos (Caminha, 2023).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise apresentada ao longo do trabalho permitiu compreender que a consolidação de redes de ensino está diretamente ligada à qualidade das estruturas voltadas ao preparo de seus representantes comerciais sendo esse um fator determinante para o fortalecimento competitivo no setor educacional em um cenário cada vez mais dinâmico e exigente.

Ficou evidente que a padronização dos processos de atendimento associada à flexibilidade metodológica contribui para a preservação da identidade global da marca ao mesmo tempo em que possibilita a adaptação necessária às particularidades de cada unidade garantindo coerência e eficácia em diferentes contextos.

Os resultados mostraram que a utilização de tecnologias digitais como plataformas virtuais e aplicativos móveis amplia o alcance das ações educativas possibilitando acesso rápido a informações e promovendo maior integração entre matriz e unidades descentralizadas fortalecendo assim a coesão da rede.

Também foi constatado que a valorização de lideranças internas exerce papel estratégico ao transformar gestores em multiplicadores de conhecimento fortalecendo o engajamento dos profissionais e criando um ambiente de maior comprometimento coletivo com os objetivos institucionais definidos.



As discussões revelaram ainda que iniciativas permanentes de atualização são mais eficazes do que ações pontuais pois estimulam a criação de uma cultura organizacional orientada à aprendizagem contínua permitindo que a rede mantenha consistência em longo prazo e maior capacidade de adaptação às mudanças.

Destacou-se a importância da retenção de talentos que quando alcançada gera economia de recursos reduz rotatividade e garante estabilidade ao modelo de negócio favorecendo a confiança do público consumidor e assegurando a continuidade das operações.

O estudo indicou também que a integração entre discurso de marketing e experiência prática é essencial para a credibilidade das redes pois quando a promessa comunicada coincide com a vivência oferecida ao cliente reforça-se a legitimidade institucional e ampliam-se as possibilidades de fidelização.

Assim, afirma-se que a preparação de representantes comerciais em franquias de educação não deve ser vista como ação complementar, mas como parte essencial da estratégia organizacional constituindo-se em elemento de diferenciação competitiva e sustentação para o crescimento sólido no setor.



REFERÊNCIAS

ALVES, Marisa Aparecida Severino; SOUZA, Eliane Moreira de; STOCCO, Lucas Conde; CEZARINO, Luciana Oranges. Universidade corporativa e os desafios da formação de lideranças: um estudo de caso da Unialgar. Uberlândia: UFU, 2018.

CAMINHA, Matheus Bheraldo Wilhelms. Programa de treinamentos para franqueados como estratégia competitiva: um estudo de caso de uma empresa do setor odontológico. Londrina: Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2023.

FRANCELINO, Vanessa de Oliveira; PELÚCIO, Nádia Silva; MONTEIRO, Adival de Sousa; BARBOSA, Marcus Vinícius; IZOLDI, Nohan Cardoso. Educação corporativa e seus benefícios às organizações e aos colaboradores: um estudo de caso da Natura. Rio de Janeiro: FaSF/UniFOA, 2019.

GOUVEIA, Bruna Duarte de; SILVA, Jamille Pereira da; OLIVEIRA, Paulo Cristiano de. Expectativas da implantação de um sistema de informação em uma franquia de cursos de idiomas. São Paulo: Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, 2020.

MAEMURA, Marcia Mitie Durante. Como as franquias funcionam e resolvem seus conflitos. São José dos Pinhais: Editora Brazilian Journals, 2020.

MLEARN. Treinamento-Franquia-EAD: cursos online para franqueados. Belo Horizonte: mLearn, 2019.

VASCONCELOS, Rudgere Gomes. Fatores de sucesso do modelo de franquias: um estudo da percepção de especialistas sobre o grau de importância. Brasília: Universidade de Brasília, 2019.