

# FRANQUIA SOCIAL: UMA ALTERNATIVA ESTRATÉGICA

Thaís SOUZA<sup>1</sup>  
Sara RICCI<sup>2</sup>

ONGs, instituições religiosas, clubes de serviços, entidades beneficentes, centros sociais, organizações de voluntariado são instituições que tem como finalidade proporcionar benefícios à comunidade. Tais instituições são enquadradas no Terceiro Setor, pois suprem as falhas do setor público (Primeiro Setor) ou privado (Segundo Setor), objetivam qualidade de vida da população e até preservação do meio ambiente, com algum grau de trabalho voluntário e operam sem fins lucrativos. Porém, seria errôneo afirmar que este setor, com seus diversos programas sociais, não opera com dinheiro. O Terceiro Setor não para de se desenvolver. São mais de 250 mil ONGs no país, que movimentam R\$12 bilhões ao ano, derivados da prestação de serviços, do comércio de produtos e da arrecadação de doações (Fonte: Revista de divulgação técnico-científica do ICPG). Em razão do aumento da preocupação das organizações com a responsabilidade social e da grande demanda social do país, a tendência detectada neste segmento é a criação de “franquias sociais”, ou seja, trabalhar em rede e propagar os métodos, técnicas e experiências bem-sucedidas. E assim, tornar os programas sociais mais consistentes, no formato de uma franquia e facilitar a adesão deles pelas organizações. Um grande exemplo de franquia social é o CDI – Comitê para Democratização da Informática, que conta com 770 franquias, 62 delas exportadas para outros países. No Estado de São Paulo atua com 48 escolas de inclusão digital, mas não possui nenhuma na região de Presidente Prudente. O CDI é um dos empreendimentos sociais mais importantes do mundo, tem grandes parceiros como Carrefour, Terra, Esso, Rede Globo, entre outros. Fornece treinamento dos monitores e acompanha a franquia ao custo médio de R\$ 750 mensais. A franquia social embora já praticada ainda é um termo utilizado timidamente, visto que o senso comum não admite que projetos de cunho social gerem lucro, essa é uma das barreiras a se enfrentar. Uma das soluções apontadas é demonstrar que o lucro é reinvestido na própria franquia e garante sua continuidade, melhoria e expansão. Para empresas preocupadas em manter uma boa imagem e um impacto positivo na sociedade a franquia social é uma alternativa atraente, já que será um investimento em um programa social de resultado comprovado.

**Palavras-chave:** Terceiro Setor. Franquia Social. Responsabilidade Social. Tendência. Alternativa.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade Propaganda, pela UNOESTE.

<sup>2</sup> Discente do 3º ano do curso de Administração das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente.