

COMO AS MICROFRANQUEADAS ENTENDEM A RELEVÂNCIA DO SEU *MIX* DE *MARKETING* NOS SEUS EMPREENDIMENTOS? (APOIO UNIP)

Aluna: Suzeley Pereira Mello

Orientadora: Profa. Bruna Panzarini

Curso: Administração

Campus: Alphaville

O objetivo geral deste trabalho é entender o crescente número de microfranqueadas da região oeste de São Paulo e como elas percebem a importância do *marketing* para seus negócios; mostrar a relevância de estudo sobre as mulheres microempreendedoras; como funciona o *mix* de *marketing* no mundo das microfranquias; elaborar elementos para representação bibliográfica sobre este tipo de profissionais, permitindo propagar e socializar conhecimentos contidos em registros. Evidentemente, tais aperfeiçoamentos requerem dessas profissionais e das instituições encarregadas a representação bibliográfica, um trabalho maior de indicar as especialidades, visualizando essas obras, mostrando vários tipos de especialidades, níveis de entidades relacionadas entre si, significando um cuidado da análise na transmissão desses elementos. Nossa seleção de microempreendedoras realizou-se pelo *site* da Associação Brasileira de *Franchising* (ABF), Portal do *Franchising*, no qual há redes de franquias com disponibilidade de empreendedores obterem suas microfranquias e filtros que permitiram encontrar essas mulheres empreendedoras. O acesso ao contato com essas microempreendedoras ocorreu em junho de 2016. Do total de 80 microfranqueadas, 10 se interessaram em participar deste projeto. Referente ao seu *mix* de *marketing*, a maioria se sente satisfeita com seu produto/serviço, pois considera a qualidade acima da média do mercado; 90% concordam que existe a satisfação do produto/serviço fornecido por elas.